

**Decisão Política e os Media:
a Presença Norte-Americana no Afeganistão**

Ana Filipa Lopes da Silva Oliveira

**Dissertação de Mestrado
em Ciência Política e Relações Internacionais**

Março, 2012

DECLARAÇÕES

Declaro que esta Dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

O candidato,

Ana Filipa Lopes de Silva Oliveira

Lisboa, 30 de Março de 2012

Declaro que esta Dissertação se encontra em condições de ser apreciado pelo júri a designar.

A orientadora,

Fernanda B. P. B. B.

Lisboa, 30 de Março de 2012

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre em Ciência Política e Relações Internacionais,
realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Teresa Botelho

AGRADECIMENTOS

A minha primeira palavra de agradecimento vai para a Professora Teresa Botelho, que me incentivou a reflectir sobre o tema que partiu de um trabalho elaborado para o seminário de Política Externa Norte-Americana, durante a parte lectiva do curso de mestrado. Agradeço ainda as suas sugestões e recomendações, os livros que me disponibilizou, e os artigos que me trouxe das suas visitas a Cambridge, que de outra forma não teria tido oportunidade de consultar.

Agradeço ao Tiago Pimentel pela releitura deste trabalho com uma visão crítica e rigor na escrita e pelo apoio incondicional. E também à Fátima Proença e ao Prof. Carlos Sangreman, que permitiram flexibilizar a minha agenda profissional nos momentos mais críticos.

Finalmente, agradeço ao jornalista Michael Massing, pela disponibilidade em partilhar comigo as principais preocupações do jornalismo actual norte-americano, nomeadamente nas Guerras do Afeganistão e Iraque; e ao jornalista afegão Hanan Habibzai que me sugeriu leituras fora do circuito habitual e me deu a perspectiva afegã da cobertura mediática ocidental no Afeganistão.

E, claro, um muito obrigada aos meus pais e irmã, por tudo.

**DECISÃO POLÍTICA E OS MEDIA:
A PRESENÇA NORTE-AMERICANA NO AFGANISTÃO**

ANA FILIPA LOPES DA SILVA OLIVEIRA

RESUMO

PALAVRAS-CHAVE: Afeganistão, censura, controlo militar, decisão política, EUA, guerra, media, opinião pública, propaganda

Numa altura em que se assinalam 10 anos de intervenção militar norte-americana no Afeganistão, procuramos analisar qual a relação entre os media e a política norte-americanos no conflito desde o começo da ofensiva militar em 2001, estudando ainda o seu relacionamento com a opinião pública dos EUA. Desta forma, neste trabalho examinamos a relação triangular media/opinião pública/Administração, com especial enfoque nas decisões estratégicas levadas a cabo pelos EUA no Afeganistão, olhando também retrospectivamente alguns momentos de confronto entre jornalismo e decisão político-militar dos EUA em conflitos ao longo do século XX.

DECISION-MAKING AND MEDIA: THE USA IN AFGHANISTAN WAR

ANA FILIPA LOPES DA SILVA OLIVEIRA

ABSTRACT

KEYWORDS: Afghanistan, censorship, military control, decision-making, war, media, propaganda, public opinion, USA

When 10 years have passed since the US military intervention in Afghanistan, we tried to analyze the relation between north-american media and politics in the conflict since the beginning of the military offensive in 2001, studying also how they cope with public opinion in the USA. Therefore, in this essay we examine the triangular relation media/public opinion/Administration, with special attention concerning the strategic decision taken by the USA in Afghanistan, and also looking retrospectively to some moments of confrontation between journalism and political decision within the USA in situations of conflict throughout the 20th century.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1. MEDIA, OPINIÃO PÚBLICA E POLÍTICA: UMA RELAÇÃO DE CONFLITO E DEPENDÊNCIA	6
1.1 Enquadramento teórico da relação entre os media, a opinião pública e a decisão política – uma análise histórica	6
1.1.1 Da Teoria Hipodérmica ao Fluxo de Informação em Duas Etapas	6
1.1.2. A Hipótese de <i>Agenda-Setting</i>	9
1.1.3. O <i>Newsmaking</i>	12
1.1.4. A Hipótese de Acção Política sobre os Media	13
1.2. O triângulo de interdependências entre opinião pública, jornalismo e política nos EUA	14
1.2.1 A opinião pública e a política externa norte-americana	14
1.2.2. Os media como elo de ligação entre o público e a política	20
1.2.3 A Relação de Mercado entre Opinião Pública, Media e Política	22
CAPÍTULO 2. CONFLITOS MEDIATIZADOS: A RELAÇÃO ENTRE OS MEDIA E A ADMINISTRAÇÃO NORTE-AMERICANA EM SITUAÇÕES DE CONFLITO	28
2.1. Do surgimento do repórter de guerra na Crimeia à experiência do Vietname	31
2.1.1. Guerra da Crimeia e Guerra Civil Norte-Americana: do surgimento do repórter de guerra à sua afirmação	31
2.1.2. A Primeira Guerra Mundial: o nascimento da propaganda de guerra moderna	32
2.1.3. Segunda Guerra Mundial: a institucionalização da censura	37
2.1.4. A experiência do Vietname como ponto de viragem	40
2.2. O “Síndrome Vietname” na Primeira Guerra do Golfo	45

2.3 O 11 de Setembro: Mudança de Paradigma no Jornalismo Norte-Americano e no Panorama Mediático Global	53
2.3.1 A excepcionalidade do 11 de Setembro e a resposta patriótica dos media norte-americanos	55
2.3.2 A emergência da <i>Al Jazeera</i> como fim da hegemonia mediática ocidental	62
2.3.3 A retórica de Guerra ao Terrorismo nos conflitos militares no século XXI – o caso do Iraque	66
 CAPÍTULO 3. MEDIA E DECISÃO POLÍTICA NORTE-AMERICANOS NA GUERRA DO AFGANISTÃO – O <i>EMBEDISTAN</i>	 76
3.1 Breve contextualização da Guerra do Afeganistão – 2001 a 2010	76
3.2 A cobertura mediática da Guerra do Afeganistão	82
3.2.1 A opinião pública e a Guerra do Afeganistão	101
3.2.2 A <i>Al Jazeera</i> na Guerra do Afeganistão – “Quem precisa da CNN?”	104
3.2.3 O debate sobre a Guerra do Afeganistão no blogue “At War” do <i>The New York Times</i>	108
3.2.4 Análise da cobertura da TIME na Guerra do Afeganistão: 10 anos de histórias de capa	111
 CONCLUSÃO	 125
 BIBLIOGRAFIA	 130
 ANEXOS	 149

INTRODUÇÃO

History doesn't repeat itself, but it does rhyme

Mark Twain

O jornalismo dá a conhecer aquilo que nos é próximo, mas fundamentalmente o que não está ao nosso alcance, sobretudo questões relacionados com política internacional. É por essa *função* social que o jornalismo se nos apresenta como peça-chave para a compreensão do mundo, nomeadamente em situações de conflito, em que os jornalistas são o elo de ligação entre os acontecimentos no terreno e os leitores, telespectadores ou ouvintes. Considerados por muitos como um quarto poder, em paralelo com os outros poderes de Estado, os media são igualmente criticados e por vezes considerados *cheerleaders* do poder político, ou seja, instrumentos ao serviço do poder, não cumprindo o seu papel de defensores de uma sociedade vigilante. Contudo, é consensual afirmar que os media se tornaram fundamentais na compreensão e, muitas vezes, no desfecho de determinados conflitos, constituindo simultaneamente um obstáculo para regimes democráticos quando geram o debate em torno da forma como uma determinada intervenção militar está a ser conduzida ou é percepcionada pela opinião pública. Partindo desta perspectiva, a presente dissertação pretende sobretudo analisar a relação entre media e decisão política, em questões de política externa; porém, incluímos um terceiro actor considerado estratégico na relação entre os dois anteriormente citados – a opinião pública. Olhando para o caso norte-americano, na abordagem deste trabalho opta-se pela análise desta relação em determinadas situações de conflito, onde as diversas tendências se afiguram mais visíveis que em questões de política externa convencionais. Partimos de uma análise histórica de diversos momentos da dinâmica entre media, decisão política e opinião pública dos EUA em situações de conflito, culminando na Guerra do Afeganistão. Desta forma, a nossa preocupação de investigação leva-nos a questionar a forma como os media e decisores políticos norte-americanos se têm relacionado no conflito do Afeganistão ao longo dos últimos 10 anos.

Assim, na primeira parte deste trabalho procede-se a uma análise de teoria dos media desde os estudos pioneiros da relação entre media, decisão política e opinião pública no início dos anos 60, realizados sobretudo em contexto de campanhas eleitorais nos EUA, até às tendências mais actuais, nomeadamente à análise do próprio processo de *newsmaking* que ajuda a compreender como determinados temas são contemplados na agenda mediática em detrimento de outros. Analisaremos também mais pormenorizadamente esta relação triangular no caso específico dos EUA, sobretudo do papel desempenhado pelos media como elo de ligação entre política e opinião pública e a relação que se estabelece entre opinião pública, media e política em situações de conflito, que Baum e Potter (2008) defendem assemelhar-se às regras de mercado da oferta e da procura. O efeito *rally round the flag*, ou seja, de apoio popular indiscutível a determinadas decisões de política externa, o impacto das baixas militares em conflitos e o efeito CNN, que reconhece às cadeias televisivas estatuto de actor nas relações internacionais são outros dos temas em análise que influenciam o papel conferido aos media na definição da percepção pública sobre determinados acontecimentos e promove uma acção política.

A segunda vertente desta dissertação, desenvolvida no Capítulo 2, procurará reflectir sobre a relação entre media e decisão política em algumas situações de conflito, nomeadamente a Guerra da Crimeia que, apesar de os EUA não terem estado envolvidos, importa referir nesta análise na medida em que assinala o surgimento do repórter de guerra; a Guerra Civil norte-americana, as Primeira e Segunda Guerras Mundiais, a Guerra do Vietname, a Primeira Guerra do Golfo e, por fim, as duas Guerras Pós-11 de Setembro. Neste capítulo procuraremos identificar as eventuais estratégias de propaganda e censura político-militar da cobertura mediática, reflectir sobre o próprio conceito de conflito mediatizado, adoptado deliberadamente neste trabalho, e sobre a narrativa muitas vezes adoptada pelos media que marca uma clara distinção entre as *nossas* guerras e as guerras *deles*. Através de uma análise histórica dos principais conflitos que, de alguma forma, marcaram o relacionamento entre media e Administração norte-americana, debruçamo-nos ainda sobre o papel dos canais noticiosos com transmissão de 24 horas, a emergência de canais noticiosos não-ocidentais, embora globais e muitas vezes em contramão com as tendências ocidentais, e a forma como os media norte-americanos foram afectados pelo 11 de Setembro de 2001.

Finalmente, na última parte do trabalho, aplicaremos a nossa análise ao estudo de caso da Guerra do Afeganistão, iniciado numa altura de proliferação de canais noticiosos globais e de emergência de novas formas de comunicação. Trata-se do primeiro conflito militar norte-americano pós-11 de Setembro, iniciado num período de definição de instrumentos de combate à Guerra ao Terrorismo, considerada a nova ameaça global do século XXI, e é já transversal a duas Administrações dos EUA – Bush e, desde 2008, Obama. O âmbito cronológico do nosso estudo de caso abarca o período que começa em Outubro de 2001, quando tem início a intervenção militar da coligação britânica e norte-americana, até 2011, quando se assinala o 10.º aniversário do conflito, considerada a mais longa intervenção militar dos EUA em solo estrangeiro.

Metodologia

Dado que a nossa observação directa do fenómeno é inexequível, a análise terá um cariz não participante, tendo como estudo de caso a Guerra do Afeganistão. A abordagem deste trabalho será fundamentalmente compreensiva e analítica, recorrendo sobretudo a bibliografia especializada sobre o tema. O documento divide-se portanto em três fases distintas, embora intercalares. A bibliografia utilizada neste trabalho é bastante diversificada, variando de acordo com a temática de cada um dos capítulos. Assim, na primeira parte recorreremos sobretudo aos estudos-chave da teoria dos media que dizem respeito ao relacionamento entre media, opinião pública e decisão política – desde as abordagens que estudam isoladamente cada uma das três dimensões ao seu confronto; e ainda aos principais livros e artigos sobre o processo de tomada de decisão em matéria de política externa no caso específico dos EUA.

Já na segunda parte, procuramos descortinar como tem sido o relacionamento entre opinião pública, media e política no contexto específico dos conflitos em que estiveram envolvidas tropas norte-americanas, desde a Guerra Civil norte-americana às recentes intervenções no Iraque e Afeganistão no início do século XXI, analisando as principais tendências de relacionamento entre media e militares ao nível do terreno de combate, com recurso a bibliografia especializada sobre o tema, nomeadamente livros que estudam o relacionamento entre media e decisão política em situações de conflito, e a diversos livros escritos por correspondentes de guerra.

Na terceira e última parte da dissertação, focamo-nos na evolução do conflito no Afeganistão, desde o início da guerra em Outubro de 2001 até 2011, identificando as principais tendências de relacionamento entre media e decisores políticos e as

negociações levadas a cabo entre representantes dos media e militares para a cobertura do conflito. Neste último capítulo, analisamos o processo de conversações iniciais entre o Departamento de Defesa e representantes dos media, que levaram à adopção de uma nova estratégia de relacionamento, recorrendo a fontes primárias, sobretudo à transcrição das reuniões disponível nos arquivos electrónicos do Departamento de Defesa. São utilizados igualmente diversos estudos e livros de especialistas e jornalistas que têm reflectido sobre o papel dos media no conflito do Afeganistão e ainda artigos de imprensa, nomeadamente de jornais norte-americanos como o *The New York Times* ou o *Washington Post*.

De forma a compreender melhor o relacionamento entre jornalistas e militares nas recentes guerras pós-11 de Setembro, e a confrontar a vasta bibliografia que existe sobre o tema, entrevistámos o jornalista norte-americano Michael Massing que esteve por diversas vezes no Iraque e Afeganistão e tem reflectido sobre o tema ao longo dos últimos anos; e mantivemo-nos em contacto com o jornalista Hanan Habibzai que facultou uma perspectiva afegã do conflito. Procurámos entrevistar outros jornalistas norte-americanos que têm coberto as Guerras do Iraque e Afeganistão, porém a realização deste estudo coincidiu com o início das revoltas árabes e muitos deles não estavam disponíveis para responder por estarem em reportagem nesses países. Apesar de não se concretizar a ideia inicial, nos últimos anos têm-se assistido à publicação de inúmeros livros sobre as experiências dos jornalistas em situações de conflito, nomeadamente no Afeganistão (são exemplos disso os livros *The Lion's Grave* de Jon Lee Andersen, *The Forever War* de Dexter Filkins, *Great War for Civilisation* de Robert Fisk, *War* de Sebastian Junger, *The 9/11 Wars* de Jason Burke), muitos dos quais utilizados nesta dissertação. Além disso, os jornalistas têm procurado reflectir as novas tendências da cobertura mediática pós-11 de Setembro, utilizando nomeadamente blogues que constituem autênticos *fora* de discussão não só entre si, mas com os próprios leitores. Um dos exemplos é o blogue *At War* do *The New York Times* – um dos recursos utilizados neste trabalho – que procura envolver na discussão correspondentes de guerra, não só do jornal norte-americano, como outros repórteres, nomeadamente de países árabes, e os próprios leitores.

Após a análise bibliográfica e documental da Guerra do Afeganistão para identificar as principais tendências da cobertura mediática norte-americana no conflito, analisamos 10 anos de reportagem de capa da revista *Time*. A nossa escolha recaiu na *Time* pela maior profundidade das reportagens que numa publicação diária, que é

necessariamente mais factual, e ainda por se tratar de uma revista de âmbito internacional. Além disso, seleccionámos o tema de capa para análise porque tende a apresentar reportagens mais analíticas, realizadas com menor pressão de tempo, e por ser mais exequível para a nossa análise dentro de um quadro temporal de uma década.

Recorremos à análise de conteúdo dessas reportagens para procurar identificar os principais temas, actores, fontes e locais de reportagem, bem como a frequência com que são tema de capa. Por fim, cruzamos as conclusões desta análise com a tendência geral de reportagem verificada na Guerra do Afeganistão.

CAPÍTULO 1. MEDIA, OPINIÃO PÚBLICA E POLÍTICA: UMA RELAÇÃO DE CONFLITO E DEPENDÊNCIA

Introdução

Na primeira parte deste trabalho propomo-nos analisar a complexa relação que existe entre os media, os cidadãos e a decisão política, mais concretamente no que diz respeito à política externa, através de a revisão de literatura sobre a teia de interdependências existente em contextos democráticos. O nosso objecto de estudo centra-se na relação entre os media e a decisão política, porém incorporamos na análise um terceiro actor estratégico que pode assumir um papel central em determinados momentos da relação entre as duas primeiras dimensões: a opinião pública.

Apesar de a literatura que existe sobre a opinião pública, a política e os media – aquela que estuda isoladamente cada uma das três dimensões ou o seu confronto – ser vasta, não existe ainda consenso sobre qual é o peso da opinião pública na definição da política externa, qual a atenção que os decisores políticos conferem à opinião pública no processo de decisão de política externa e ainda qual o papel dos media na relação entre o público e a elite política. Porém, é possível denotar uma evolução da importância conferida a cada um dos três actores, nomeadamente aos media – pela sua crescente importância como mediador entre o mundo (política externa) e os cidadãos (opinião pública) –, e ainda a opinião pública que é caracterizada como volátil e inconsistente no início do século XX, mas considerada um contrapeso estável e consistente na tomada de decisão política em estudos elaborados no início do século XXI.

1.1 Enquadramento teórico da relação entre os media, a opinião pública e a decisão política – uma análise histórica

1.1.1 Da Teoria Hipodérmica ao Fluxo de Informação em Duas Etapas

Desde meados do século XX que académicos da área das ciências sociais procuram estudar o papel dos media – particularmente do jornalismo – na formulação da opinião pública e a relação entre o poder mediático e a elite política. De forma geral, as diversas teorias dos efeitos dos media, em particular as que se desenvolveram através de pesquisas empíricas, demonstram que os media têm impacto nas percepções que o indivíduo tem da realidade, demonstrando também que os efeitos divergem consoante o

receptor e o contexto de recepção da mensagem. Neste ponto, é importante ressaltar que “o modo de pensar o papel da comunicação de massa parece estar estreitamente ligado ao clima social que caracteriza determinado período histórico: às modificações desse clima correspondem oscilações de comportamento acerca da influência dos mass media” (Wolf, 2002: 61).

Os primeiros estudos nesta área foram desenvolvidos na sequência das análises sobre a propaganda realizada durante a Primeira Guerra Mundial, baseadas no positivismo e na psicologia behaviorista. Conhecida como Teoria das Balas Mágicas ou da Agulha Hipodérmica, os investigadores defendiam que os meios de comunicação social têm uma influência directa sobre as pessoas e a sociedade, ou seja, as pessoas apresentariam, de modo geral, o mesmo comportamento quando atingidas pela mensagem mediática que constituía um estímulo.

Esta primeira tentativa de teorizar o efeito dos media na opinião pública foi abalada aquando da difusão radiofónica da *Guerra dos Mundos*, de Orson Welles, em 1938, que veio comprovar que as pessoas não reagem todas da mesma forma ao estímulo da mensagem. De acordo com a Teoria das Balas Mágicas, as pessoas reagiriam de maneira uniforme ao estímulo da mensagem mediática. Porém, diversos estudos, como o liderado por Hadley Cantril em 1940, concluíram que as características psicológicas interferem na reacção à mensagem, apesar do poder dos media não ser menosprezado (Santos, 1992; Sousa, 2003).

Em 1940, quando os EUA se preparavam para eleições decisivas, disputadas entre Franklin Delano Roosevelt e Wendell Willkin, num período de guerra na Europa, Lazarsfeld, Berelson e Gaudet desenvolveram um estudo destinado a averiguar a influência da imprensa e da rádio na decisão de voto dos eleitores norte-americanos. Quatro anos mais tarde, os comunicólogos publicaram *The People's Choice: How the Voters Makes His Mindin a Presidential Campaign* (1948) que defendia que os media estão longe de exercer um poder quase ilimitado sobre as pessoas, como indiciava a Teoria das Balas Mágicas. Esta revelação viria a conduzir ao abandono da “teoria hipodérmica”.

Apesar de terem partido da premissa de que os meios de comunicação social desempenham um papel fundamental na formação do sentido de voto, Lazarsfeld, Berelson e Gaudet concluíram que as pessoas recebem muita informação e influência directa de outras pessoas. De acordo com Santos (1992), esta conclusão obrigou a equipa de investigação a rever todo o processo de análise e observação, atrasando a

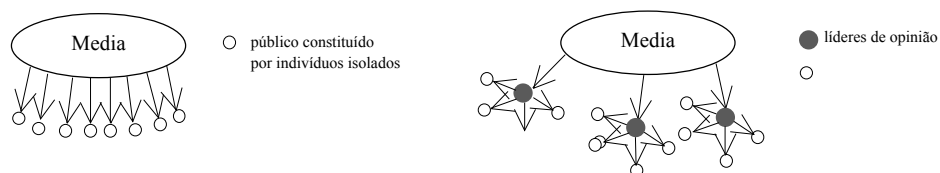
investigação. Apenas em 1948, as conclusões finais ficaram disponíveis para a comunidade científica: haviam descoberto a importância do líder de opinião. Uma teoria que veio a ser designada Two-Step Flow of Communication (“fluxo de comunicação em duas etapas”), segundo a qual determinados grupos de pessoas (elites) estavam expostos às campanhas eleitorais e era a estes grupos que as outras pessoas recorriam. Ou seja, as ideias circulavam da rádio e imprensa para os líderes de opinião e destes para outros sectores menos activos da população.

Este conceito viria a ser aprofundado mais tarde por Lazarsfeld, um dos autores do estudo anterior, e Elihu Katz no livro *Personal Influence: The Part played by People in the Flow of Mass Communication* (1955) que introduz a importância da memorização e percepção selectivas. De acordo com a investigação, as pessoas expõem-se aos conteúdos de forma selectiva e memorizam essencialmente informação que vai ao encontro das suas ideias e expectativas: “A interpretação transforma e adapta o significado da mensagem recebida, fixando-a às atitudes e aos valores do destinatário até mudar, por vezes, radicalmente, o sentido da própria mensagem” (Wolf: 2002: 39-40).

Ainda na década de 50, outros estudos da comunicação vieram comprovar que existe um fluxo de informação em múltiplas etapas (Multi-Step), ou seja, uma cadeia de relações sociais que influencia a exposição mediática, revelando que os próprios líderes de opinião funcionam como líderes de opinião para outros líderes, levantando dúvidas sobre o modelo de análise do fluxo de comunicação em duas etapas.

Poderemos então esquematizar a evolução da teoria dos media da seguinte forma:

Esquema 1. Teoria Hipodérmica vs Modelo Teórico *Two-StepFlow*



(esquema elaborado a partir de Katz e Lazarsfeld, 1955)

Paralelamente aos estudos que analisam os factores relacionados com a audiência, começou a desenvolver-se investigação sobre a persuasão através da comunicação social, comumente conhecida como a **Lei do Emissor**, analisando factores ligados à mensagem que, de acordo com Wolf (2002: 42), se subdividem em

quatro factores: a credibilidade do comunicador, a ordem de argumentação, a integralidade das argumentações e a explicitação das conclusões. A análise destas variáveis demonstrou que é difícil conseguir explicitar devidamente qual o seu grau de capacidade persuasiva da mensagem (Santos, 1992; Sousa, 2003; Wolf, 2002), porém “o facto de as pessoas apresentarem mecanismos de defesa contra a persuasão não significa que os meios de comunicação social não possam ter uma influência persuasiva, reunidas determinadas condições” (Sousa, 2003: 153).

1.1.2. A Hipótese de *Agenda-Setting*

No que diz respeito às tendências mais actuais, a hipótese de *Agenda-Setting* ocupa lugar de destaque (Wolf, 2002: 144). Desenvolvida por McCombs e Shaw (1972) a partir da análise da campanha eleitoral à presidência dos EUA em 1968, a Teoria do *Agenda-Setting* destaca que os media têm a capacidade de agendar temas para discussão pública em cada momento. Ou seja, os media, ao descrever e destacar determinados assuntos, apresentam ao público uma lista de temas sobre o que é necessário discutir e ter opinião:

“Os jornais fornecem uma série de pistas sobre a relevância de determinados temas nas notícias diárias – apresentados na primeira página, ou em grandes manchetes, etc. As notícias televisivas também oferecem numerosas pistas sobre a relevância [de determinado assunto] – a história de abertura no telejornal, a sua duração, etc. Estas pistas repetidas dia após dia comunicam eficazmente a importância de cada assunto. Por outras palavras, os media conseguem configurar a agenda e atenção do público para um pequeno grupo de temas em torno dos quais a opinião pública é formada”¹

(McCombs, 2003: 1)

O surgimento dos primeiros estudos sobre a hipótese de *agenda-setting* representou uma ruptura com o paradigma funcionalista sobre os efeitos dos media, enformado nas teorias do *two-step flow* e do *multi-step flow of communication*. Se o paradigma anterior defendia que os media não actuavam directamente sobre a

¹ Nota prévia: as citações de autores serão sempre traduzidas nesta dissertação, com a citação na língua original em nota de rodapé. “Newspapers provide a host of cues about the salience of the topics in the daily news – lead story on page one, other front page display, large headlines, etc. Television news also offers numerous cues about salience – the opening story on the newscast, length of time devoted to the story, etc. These cues repeated day after day effectively communicate the importance of each topic. In other words, the news media can set the agenda for the public’s attention to that small group of issues around which public opinion forms” (McCombs, 2003: 1).

sociedade, na medida em que a influência pessoal relativizava e limitava de certa forma esses efeitos, o *agenda-setting* vem demonstrar que quanto maior é o destaque dos media sobre determinado assunto e quanto mais continuada é a abordagem e exposição ao tema maior é a importância dada pelo público na sua agenda. (McCombs e Shaw, 1972, Wolf, 2002).

Sobre esta questão é amplamente citada a célebre frase de Cohen em *The Press and Foreign Policy* (1963), na qual afirma que, embora a imprensa, “na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos leitores sobre o que pensar” (Cohen, *apud* McCombs e Shaw, 1972: 49). De facto, os media fornecem mais que uma série de notícias. Fornecem as categorias e a ordem de importância em que os destinatários devem colocar essas mesmas notícias (McCombs e Shaw, 1972).

Porém, adverte Wolf, os diversos media têm capacidade diferente para estabelecer o que está na ordem do dia, com a televisão a ser “menos influente do que a informação escrita” (2002: 150), de acordo com vários estudos comparativos². Uma das primeiras pesquisas a comprovar que a hipótese de *agenda-setting* não é tão “rígida” como possa parecer *a priori* foi levada a cabo por McClure e Patterson (1976) durante a campanha presidencial norte-americana de 1972. Os teóricos concluíram que o aumento do consumo da informação televisiva não se traduz num maior efeito de *agenda-setting*, contrariamente ao grande consumo de imprensa escrita. De acordo com o estudo, ambos os meios divergem no grau de influência que provocam na audiência, na medida em que as notícias televisivas são demasiado breves, rápidas, heterogêneas e concentradas num período temporal muito limitado. Desta forma, a televisão não permite “uma eficácia cognitiva duradoura, ao passo que a informação escrita possui ainda a capacidade de assinalar a diferente importância dos problemas apresentados” (Wolf, 2002: 148).

McCombs (2003) ressalva que o termo “agenda” é exclusivamente descritivo e sem implicações pejorativas, ou seja, a hipótese de *agenda-setting* não significa que um determinado órgão de comunicação social tem uma agenda política ou ideológica clara. Os media apresentam diariamente assuntos que partem de uma escolha dos jornalistas e editores dos media que, muitas vezes, se prende com o acesso mais facilitado a determinadas fontes de informação, em detrimento de outras.

² Este estudo parece claramente datado como teremos oportunidade de ver mais adiante, nomeadamente no ponto sobre o “Efeito CNN”

Desde o estudo inicial que foram produzidas cerca de 300 análises sobre a hipótese de *agenda-setting* em contextos muitos específicos como as eleições ou a evolução de um conflito e também estudos mais longos, compreendendo um ciclo anual de notícias.

Graças ao desenvolvimento desta hipótese, hoje em dia é possível afirmar que existem dois níveis de influência do *agenda-setting* na opinião pública. Num primeiro nível, os media focam a atenção do público para um determinado assunto. Posteriormente, a própria permanência ou repetição de determinada história nos media “enforma” a compreensão e a perspectiva do público sobre esse assunto. Ou seja, os media têm êxito em dizer às pessoas *sobre* o que pensar e *como* pensar, influenciando igualmente decisões a nível político.

A título de exemplo, imediatamente após a Primeira Guerra do Golfo, em 1991, as imagens da população curda a fugir em massa das forças iraquianas colocou a questão curda na agenda do dia. “O Presidente Bush, que se opunha a uma nova intervenção militar americana na região, foi forçado a enviar tropas para o norte do Iraque, pressionado pelas imagens diariamente exibidas pela televisão” (Santos, 2002: 99).

No entanto, à semelhança das teorias anteriores, também a hipótese de *agenda-setting* tem limitações, admite McCombs (2003: 9). A influência dos media rivaliza com outros pressupostos, como as características psicológicas do leitor/espectador/ouvinte e apenas conseguem configurar a agenda quando o público percepciona as notícias como relevantes. O autor dá o exemplo do escândalo Clinton-Lewinsky que, apesar de amplamente coberto pelos media, o público rejeitou como base da sua opinião sobre o sucesso ou fracasso da administração de Bill Clinton. Também, por exemplo, McClure e Patterson (1976) demonstram claramente no seu estudo sobre o grau de influência na decisão de voto que o “*agenda-setting* é, verosimilmente, um efeito indirecto, condicionado pelas anteriores disposições dos eleitores que são os destinatários das mensagens” (1976: 28).

A presença – ou a ausência – da influência do *agenda-setting* pode ser explicada pela necessidade de orientação do público, isto é, existem indivíduos que, devido ao seu grau de incerteza ou desconhecimento relativamente a um assunto, estão mais expostos à influência de agendamento.

Apesar das limitações, as notícias assumem *de facto* uma influência substancial na definição da agenda pública. A própria expressão de “configuração” da agenda

tornou-se um lugar comum nas discussões sobre a relação entre jornalismo e opinião pública.

1.1.3. O *Newsmaking*

Para além da análise sobre a relação entre media, opinião pública e política, há outra área de pesquisa comunicativa que não deve ser menosprezada na nossa investigação: o próprio processo de *newsmaking*, ou seja, o processo produtivo dos media e a sua implicação na opinião pública. Na literatura sobre esta questão, a primeira teoria que surgiu foi a Teoria do *Gatekeeper*, introduzida por David Manning White nos anos 50, e que se refere à pessoa (ou pessoas) que toma decisões sobre o que é ou não notícia. A principal conclusão do seu estudo é que a selecção das notícias é pessoal e arbitrária, baseada nas suas experiências, atitudes e expectativas (Traquina, 2002: 78). Porém, desde logo, se assumiu como uma teoria de concepção muito limitada, baseando-se apenas no conceito de selecção individual e ignorando outros factores como a natureza do órgão de comunicação social onde o *gatekeeper* está inserido ou as “forças sociais” que orbitam em torno dos media.

O processo de *gatekeeping* tem em conta a questão da noticiabilidade, o conjunto de elementos disponíveis aos media para controlar e gerir a quantidade e o tipo de acontecimentos que são seleccionados como notícias, os quais podem ser definidos como valores-notícia. Esta questão tem a ver com inúmeros factores que tipificam o que é notícia e podem subdividir-se em dois níveis: a) os critérios substantivos, que dizem respeito à avaliação directa do acontecimento sobre o seu interesse para o público; b) os critérios de contexto que dizem respeito a produção contextual da notícia.

No que diz respeito ao primeiro nível, existem valores-notícia como a notoriedade das fontes, a proximidade do acontecimento (geográfica ou cultural), a novidade, a relevância para o público, o insólito, o conflito, o mega-acontecimento, entre outros. Já as razões contextuais prendem-se com a disponibilidade de cobertura do acontecimento, o equilíbrio de cobertura de determinado assunto, a concorrência, a visualidade (que tem a ver com a existência ou não de fotografias ou filme – o que na televisão tem importância acrescida), o exclusivo, em contraponto com o *pack journalism* ou a chamada “matilha” de jornalistas – valor-notícia que, como teremos oportunidade de ver no Capítulo II, assume especial importância em situações de conflito (Traquina, 2002: 186-202; Wolf, 2002: 195-249).

Também os comunicólogos Galtung e Ruge, num estudo elaborado em 1965, definiram 9 grandes critérios a que o *gatekeeper* recorre para seleccionar as notícias que considera que terão maior impacto na opinião pública (Santos, 1992: 85-86): a) momento do acontecimento – o que significa que um acontecimento de última hora tem tendência a ser privilegiado em detrimento de outros já agendados; b) intensidade – a probabilidade de determinado assunto ser noticiado tem a ver com a sua magnitude; c) clareza – quanto mais claro for um acontecimento, maior hipótese tem de ser noticiado; d) proximidade – quanto mais próximo (geográfica ou culturalmente) for um acontecimento, maior é a probabilidade de ser noticiado; e) consonância – um acontecimento que esteja mais próximo das expectativas e preconceitos existentes tem maior probabilidade de ser noticiável; f) surpresa – apesar de parecer contraditório ao critério anterior, complementa-o. Quanto mais inesperado for um acontecimento, mais probabilidades tem de ser seleccionado como notícia; g) composição – os acontecimentos são tendencialmente escolhidos para contribuir para o equilíbrio do jornal. Se um determinado género for dominante num dia (como por exemplo um *fait-diver*), menor probabilidade tem de ser seleccionado; h) valores socioculturais – ao elaborar uma notícia os jornalistas têm em conta os valores que regem a sua sociedade e cultura.

1.1.4. A Hipótese de Acção Política sobre os Media

Na década de 70, surge uma nova área de estudo sobre a teoria comunicativa conhecida como Estudos da Parcialidade ou *news bias studies* (Traquina, 2002: 88), que parte do princípio de que as notícias devem reflectir a realidade sem distorção. Os diversos estudos produzidos nesta área revelam conclusões diferentes e até mesmo opostas. De forma sucinta, nesta teoria os media são vistos de forma instrumentalista, servindo determinados interesses políticos.

Enquanto os estudos conotados a uma ideologia mais liberal defendem que os jornalistas constituem uma nova classe política que distorce voluntariamente as notícias para a propagação das suas opiniões, pondo em causa o próprio modelo capitalista, como defende Rothamn Lichetr em *Elite Mediática*; outros como Chomsky e Herman no célebre livro *Manufacturing Consent – The Political Economy of the Mass Media* defendem que existe uma subordinação dos media aos interesses e perspectivas de elites políticas e económicas dos EUA:

“Entre as suas outras funções, os media servem, e em nome da propaganda, os poderosos interesses sociais que os controlam e financiam. Os representantes desses interesses têm agendas importantes e princípios que querem avançar e estão bem posicionados para formar e constranger a política dos media”³

(Chomsky e Herman, 1998: xi)

De acordo com Traquina (2002, 90), na acepção de esquerda da teoria de acção política, o papel dos jornalistas é pouco relevante, secundarizado, quando não conivente com as elites políticas e de poder. De facto, Herman e Chomsky (1988) defendem que a selecção das notícias não é determinada individualmente, ou seja, ao nível dos valores do jornalista ou editor, nem a nível da própria organização jornalística, através da avaliação de critérios de noticiabilidade como referido anteriormente, mas sim a nível externo, reforçando os pontos de vista do *establishment*, isto é, do poder instituído.

1.2. O triângulo de interdependências entre opinião pública, jornalismo e política nos EUA

1.2.1 A opinião pública e a política externa norte-americana

Nos EUA, como noutros regimes democráticos, existe um debate interno constante sobre o papel da opinião pública (a “voz do público”) na tomada de decisão em matéria de política externa. Diversos estudos demonstram que há grandes divergências entre a opinião pública e as elites políticas em questões como a ajuda externa, o papel dos EUA em organizações internacionais como as Nações Unidas, a legislação proteccionista dos mercados ou a utilização de tropas no estrangeiro (Hastedt, 2004). Apesar de existirem instrumentos para monitorar as tendências da opinião pública como as sondagens, existem, em simultâneo, inúmeros grupos de interesse que tentam manipular as massas na evolução dos acontecimentos de política externa, nomeadamente em períodos de época eleitoral. Grupos económicos, étnicos, ideológicos actuam como grupos de pressão (ou “lobby”) em defesa de causas próprias e, mais recentemente, também os *think tanks* desempenham um papel proeminente no debate em torno da política externa. Porém, o mais controverso e transversal a várias épocas é, de facto, o papel dos media.

³ “...among their other functions, the media serve, and propagandize on behalf of, the powerful societal interests that control and finance them. The representatives of these interests have important agendas and principles that they want to advance, and they are well positioned to shape and constrain media policy” (Herman e Chomsky, 1988: xi)

“Aos olhos de alguns, os media vêm exercer uma influência dominante e distorcida do processo de decisão política” (*ibidem*). No entanto, vários autores são unânimes em considerar que a proliferação dos meios de comunicação social e da imprensa livre são factores decisivos para o sucesso da democracia, como o famoso filósofo John Stuart Mill que, em *On Liberty*, defendia que a liberdade de imprensa é a parte da solução da democracia. A simbiose entre a imprensa livre e a democracia liberal “coloca em cheque governos despóticos” (Louw, 2010: 38). De facto, os media podem assumir a função de monitorar a própria democracia, mantendo os eleitores informados, “assegurando que os maus representantes são eliminados nas eleições seguintes” (Louw, 2010: 33).

Até aos nossos dias, o acesso que temos ao que acontece fora do âmbito nacional é-nos facultado maioritariamente pelos *media* que assumem um papel fundamental no relato de temas com os quais os cidadãos possuem significativamente menor familiaridade, como aqueles que dizem respeito à esfera da política externa (Powlick e Katz, 1998). Como defende Soroka, “os media assumem necessariamente um papel significante em cativar a atenção do público para a política externa”⁴ (2003: 42), na medida em que os eventos internacionais acontecem numa esfera que não está ao alcance da experiência pessoal.

Em *Public Opinion* – a primeira obra de referência dedicada à opinião pública, publicada em 1922⁵ – Walter Lippmann refere que os media contribuíram para conhecer o mundo que está “*out of reach, out of sight, out of mind*” (Lippmann, 1922/2007: 30), isto é, tudo aquilo que não está ao nosso alcance a não ser pelos meios de comunicação social. Recuperando a ideia de “consenso fabricado” (“the manufacturing consent”), já Lippmann defendia que a criação de consenso “não é uma arte nova” e que esta deveria ter desaparecido com o advento das democracias. Ao invés disso, a investigação em psicologia e o surgimento de novos meios de comunicação vieram aperfeiçoar a técnica (Lippmann, 1922/2007: 191).

Nos EUA existe um considerável acervo de investigação sobre a relação entre a opinião pública e a política externa norte-americana, como tivemos oportunidade de

⁴ “The mass media necessarily play a significant role in determining public attention to foreign affairs” (Soroka, 2003: 42)

⁵ No capítulo XVI (“The Self-Centered Man”), Walter Lippmann (1922/2007: 195) revela estupefacção pela ausência de investigação sobre a opinião pública: “Uma vez que a opinião pública é o principal motor nas democracias, seria de esperar encontrar vasta literatura. Quem procura, não encontra”. (“Since public opinion is supposed to be the prime mover in democracies, one might reasonably expect to find a vast literature. One does not find it”).

verificar anteriormente, e sobre a natureza da opinião pública nos assuntos externos, denotando-se uma gradual evolução e crescente interdependência ao longo das décadas (Baum e Potter, 2008; Soroka, 2003).

Os estudos iniciais indicavam que os efeitos da opinião pública na definição da política externa – e da decisão política em geral – eram ligeiros, na medida em que o público era considerado volátil e ausente de uma estrutura coerente, seguindo a opinião das elites (Lippmann, 1922/2007; Lipset, 1966).

De facto, o estudo sobre a influência da imprensa e da rádio na decisão de voto levado a cabo por Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1948) indicava que os media provocam um efeito limitado na opinião das pessoas, porque existe um mecanismo que apelidarem de “exposição selectiva”, ou seja, existe entre os media e os indivíduos uma outra entidade que influenciava as suas escolhas – os líderes de opinião. Isto significa que os indivíduos tendiam a ler ou escutar pessoas que de antemão recebiam informação. Este estudo, amplamente citado e estudado ao longo das últimas décadas, revela que os media não são os únicos agentes de influência nem os mais poderosos na medida em que as pessoas apresentam mecanismos de defesa contra a persuasão dos media.

Porém, é importante sublinhar que a opinião pública, embora massificada, não é uniforme. Pelo contrário, caracteriza-se pela diversidade de grupos que a compõem e pela multiplicidade de opiniões que cada tema pode gerar. A título de exemplo, Small (2002) refere que existem vários níveis de opinião pública que podem ser organizados estruturalmente em pirâmide, em que no topo está um pequeno grupo de “fazedores” de opinião (*opinion makers*): homens de negócio, políticos, editores, jornalistas, intelectuais e porta-voz de organizações. Trata-se de uma elite que está directamente relacionada com a política internacional numa base diária. Através de os seus mecanismos de pressão ou contactos informais consegue, por vezes, assegurar que as políticas adoptadas servem os seus interesses. Esta primeira camada de opinião pública confunde-se com a própria definição de elite política norte-americana de Powlick e Katz (1998: 34) que inclui 1) os actores actuais que compõem o governo; 2) membros do Congresso dos EUA; 3) líderes grupos de interesse organizados; 4) comentadores e peritos dos media, academia e centros de investigação.

Abaixo desta primeira estratificação de opinião pública, Small (2002) identifica um segundo segmento da população que apelidou de “público atento” que não vai além dos 10 por cento da opinião pública. Este grupo caracteriza-se pelo elevado interesse em

assuntos de política externa e por facilmente poder mobilizar alguma forma de activismo político. Frequentemente, criam e assinam petições em torno de assuntos da actualidade e escrevem cartas de desagrado à classe política do país. Muitos dos debates de política externa têm lugar nas fileiras do público atento (Small, 2002: 283).

Por fim, o público de massas ocupa a mais vasta e “silenciosa” camada de opinião pública, caracterizada por um profundo desinteresse nos assuntos externos, capaz de “acordar” apenas em momentos de crise⁶ como conflitos, guerra ou intervenções militares, ignorando os debates quotidianos em matéria de política externa.

Na década de 60, James Rosenau (1961) produziu o primeiro estudo acerca da relação entre opinião pública e decisão política, aplicando a teoria do fluxo de comunicação em duas etapas. Utilizando uma metáfora teatral, Rosenau comparou os líderes de opinião com actores em palco. Menos de 25 por cento do público ocupava os lugares reservados à orquestra, numa posição que os possibilitava interagir com a cena, enquanto a larga maioria do auditório estaria demasiado longe do palco para compreender o enredo. Porém, estariam suficientemente próximos para reagir em termos emocionais, aplaudindo vigorosamente no final da cena. O autor considerava uma perda de tempo escrever sobre política externa para um público apenas interessado em temas como o desporto e a banda desenhada. Já Alexis de Tocqueville, autor do célebre *Democracy in America* (1835), em consonância com outros autores realistas, considerara que a diplomacia deve ser território de um grupo restrito de pessoas que desempenham as suas funções de forma, por vezes, secreta.

De forma geral, os estudos levados a cabo nas décadas de 50 e 60 confirmam a falta de compreensão dos cidadãos face à política externa e uma ausência de capacidade para pressionar a elite política. A título de exemplo, Lipset (1966) defendia que a maior parte dos norte-americanos saberia pouco em matéria de política externa e estaria apenas indirectamente envolvida, o que possibilitava espaço de manobra para a decisão política. Dada a distância geográfica dos acontecimentos, apenas do conhecimento

⁶ A definição de crise de Zaller e Chiu (1996) é enunciada de forma estreita, particularizada para o cenário dos EUA, considerando “momentos de crise” situações de emergência em que os Estados Unidos utilizam, ameaçam utilizar, ou consideram vir a utilizar força militar ou ajuda humanitária na perseguição dos seus objectivos de política externa. A escalada da utilização de força num conflito em curso é também considerada um momento de crise. De acordo com os autores, é possível identificar facilmente os diversos momentos de crise de política externa que os EUA atravessaram ao longo das últimas décadas. Em alternativa, numa versão mais universal, poderemos adoptar a definição do *International Crisis Behavior Project* que define “momentos de crise” como uma situação em que três condições, que resultam de uma mudança de ambiente interno ou externo, são percepcionadas ao mais alto nível do Estado: a) uma ameaça aos valores básicos; b) uma consciência que é tempo de responder; c) uma grande probabilidade de envolvimento em acções militares.

público através de os media, “a imprensa e os líderes políticos podem exercer muito mais influência na determinação da opinião pública sobre política externa do que sobre assuntos nacionais” (Lipset, 1966: 19).

Para Powlick e Katz, essas conclusões “deram substância para que muitas elites naquele tempo defendessem: o sentimento das massas deve ser mantido tão longe quanto possível dos conselhos de Estado”⁷ (1998:30). Nestas circunstâncias o público era apenas um seguidor e não um formulador da política externa.

De forma geral, ao longo das décadas, o público tem demonstrado um nível de conhecimento baixo no que diz respeito à política externa do Estado. Jentelson (2007: 54) demonstra a “ignorância geral do público” através de três exemplos práticos:

- em 1964, apenas 58% do público sabia que os EUA era membro da NATO e 38% pensava que a União Soviética também integrava a Aliança Atlântica;
- quatro meses após o encontro de 13 de Setembro de 1993 entre o Presidente Clinton, o Primeiro-Ministro israelita Yitzhak Rabin e o líder da Organização para a Libertação da Palestina Yasser Arafat, na Casa Branca, 56% dos norte-americanos não sabiam identificar que organização era liderada por Arafat;
- em 2006, três anos após o início da segunda Guerra do Golfo, apenas 37% de jovens norte-americanos sabiam localizar o Iraque no mapa.

Estudos recentes começam a caracterizar a opinião pública como um “contrapeso relativamente estável e consistente que os decisores políticos devem – ou deveriam – ter em conta” (Baum e Potter, 2008: 44). Diversos autores consideram que a atenção do público norte-americano em relação à política externa é esporádica, com níveis elevados de atenção coincidentes com momentos de crise que envolvam forças militares e diminuindo com temas como o comércio ou a ajuda externos (Baum e Potter, 2008: 44; Knecht e Weatherford, 2006: 705), a visita de um chefe de Estado a determinado país ou o apoio do Estado a políticas adoptadas por outros países no pano internacional, por considerarem ser assuntos demasiado distantes ou confusos (Powlick e Katz, 1998:31).

De acordo com Aldrich (*apud* Baum e Potter, 2008), começa a surgir um consenso de que o público desenvolve visões coerentes de política externa que podem ser aplicadas em decisões eleitorais, por exemplo. Esta perspectiva acrescenta uma nova

⁷ “...gave substance to what many elites at the time were advocating: mass sentiment should be kept as far away as possible from the councils of state” (Powlick e Katz, 1998: 30)

dimensão à relação do público com a elite política, na medida em que a decisão política deverá ter em conta a implicação da opinião pública em actos eleitorais e na tomada de decisão no que diz respeito à política externa.

Como Small sublinha “a massa pública nem sempre é correcta na avaliação da política externa, mas consegue monitorizar e desafiar decisores políticos que comecem a movimentar-se para caminhos perigosos”⁸ (2002: 285).

A manutenção da popularidade e a aproximação de actos eleitorais são outros dois factores que a elite política não deve descuidar na sua relação com a opinião pública como referem Knecht e Weatherford (2006):

“Os presidentes têm em consideração as potenciais reacções do público durante o processo de decisão em matéria de política externa por diversas razões. A mais proeminente é que os líderes em democracia prestam contas em eleições regulares. Estudos sobre actos eleitorais demonstram que uma parte substancial do público tem em conta temas de política externa na escolha do candidato”⁹

(Knecht e Weatherford, 2006: 207-8)

Para estes autores existe uma espécie de opinião latente e inactiva que permite margem de manobra para a actuação política, podendo a qualquer momento ser activada pelo destaque e/ou permanência de determinados momentos de crise nos media (*agenda-setting*) ou pela discussão e surgimento de opiniões divergentes entre as elites políticas. Apesar de o interessado público ser, regra geral, diminuto em relação à política externa e a temas de política internacional, os media auto-impõem determinados assuntos, direccionando a atenção da opinião pública.

Porém, mais recentemente, diversos autores têm defendido que a opinião pública pode funcionar como contrapeso estável e consistente na tomada de decisão política, nomeadamente em matéria de política externa. Segundo Page e Bouton, “as atitudes de cidadãos individuais face à política externa não são casuais: tendem a ser estruturadas de forma lógica, de acordo com as preferências por determinadas políticas que advêm

⁸ “The mass public is not always correct in its assessment of prudent foreign policies, but it can monitor and challenge decision makers who may be moving along dangerous pathways” (Small, 2002: 285)

⁹ “Presidents consider the potential reactions of the public when making foreign policy decisions for several reasons. The most prominent is that leaders in democracies are held accountable in regular elections. Research on elections and voting shows that a substantial portion of the public takes foreign policy issues and accomplishments into account in choosing between candidates” (Knecht e Weatherford, 2006: 207-8).

dos objectivos de política externa que cada indivíduo persegue, das ameaças que percebe, e de outras atitudes e percepções” (2006: x).

Em *The Foreign Disconnect*, Page e Bouton¹⁰ (2006) procuram mostrar que a grande maioria dos norte-americanos se demonstra receptiva a decisões de política externa que tenham como objectivo a manutenção da segurança nacional – a segurança do bem-estar nacional – bem como a segurança do ataque e a justiça no exterior, nomeadamente as políticas tomadas de forma cooperativa e multilateral. A prioridade dada à manutenção do bem-estar nacional ajuda a explicar por que é que o público se tem mostrado receptivo aos gastos com programas militares ou de política externa (posteriormente iremos também analisar a reacção dos media face a determinados momentos de crise, numa reacção denominada “*rally round the flag*”).

Contudo, a investigação revela que o rumo da política externa norte-americana das últimas décadas difere dos objectivos da maioria dos cidadãos norte-americanos:

"Os dados indicam que, ao longo de um período de trinta anos, os decisores de política externa na administração, o Senado dos EUA, e a Câmara dos Deputados têm estado frequente e persistentemente em desacordo com a visão do público norte-americano. Em suma, parece haver muitas lacunas: um ‘défice democrático’ substancial, se não uma desconexão entre dirigentes e público”¹¹

(Page e Bouton, 2006: 207)

Para os autores, apesar da pouca atenção e do baixo nível de conhecimento de diversos aspectos da política externa, os cidadãos norte-americanos são capazes de formar visões coerentes e sensatas sobre determinados assuntos externos. No seu estudo Page e Bouton (2006) entendem que essa capacidade é resultado das lições aprendidas com o passado, de conversas com outras pessoas (nacionais e estrangeiras), da simples heurística ou ainda do contacto com os media.

1.2.2. Os media como elo de ligação entre o público e a política

Small (2002) considera que a falta de interesse e de informação sobre temas de política externa está intimamente relacionada com o relativo desinvestimento dos órgãos

¹⁰ Marshall M. Bouton é presidente do Chicago Council on Foreign Relations desde 2001

¹¹ “The data indicate that, over a thirty-year period, foreign policy decision makers in the administration, the U.S. Senate, and the House of Representatives have frequently and persistently disagreed with the views of the U.S. public. In short, there appear to be a many gaps: a substantial ‘democratic deficit’, if not a disconnect between leaders and public” (Page e Bouton, 2006: 207)

de comunicação social no que diz respeito à agenda internacional. À excepção de um número muito reduzido de jornais, pouca imprensa escrita mantém actualmente correspondentes permanentes em escritórios fora do país (tendência que afecta também a imprensa europeia), o que consequentemente provoca uma maior dependência ao serviço noticioso das agências e ao corte substancial da reportagem (género considerado nobre do jornalismo) realizada no exterior.

Com o surgimento da televisão, a “crise” do jornalismo agravou-se. Small (2002) relembra que os custos de transmissão televisão são muito elevados e, por essa razão, os eventos de política externa são tratados de forma mais superficial, fragmentada, com ausência de *background* ou de análise. “Apenas quando existem crises maiores algumas cadeias de televisão, nomeadamente as que transmitem por satélite, oferecem um tratamento sustentado de determinado problema internacional que vai para além do breve momento de um acontecimento sensacional”¹² (Small, 2002: 285).

É unânime considerar que a relação entre os media e a política não é pacífica¹³. A classe política muitas vezes condena temas que preenchem as primeiras páginas de jornais e noticiários televisivos, afirmando tratar-se de uma distorção ou apenas parte da realidade. Em simultâneo com esta assunção, os políticos estão conscientes da importância dos media para a formação e moldagem da opinião pública, nomeadamente, sobre temas relacionados com política externa.

O caso Watergate ou a Guerra do Vietname são frequentemente citados pelos defensores dos media para demonstrar o papel construtivista que desempenham na definição da política externa e pelos mais conservadores como dois exemplos dos excessos cometidos pelos media ao longo do último século.

Segundo Herman (1993), as elites têm demonstrado de diversas formas o seu descontentamento face aos media, directamente através de vociferadas reclamações noutros media ou barrando a publicação de publicidade. Herman dá o exemplo de Reed Irvine, da “Accuracy in Media” que defendia que, durante a Primeira Guerra do Golfo, em 1991, a forma como os media estavam a reportar os factos não ajudava o esforço de guerra da administração norte-americana. “Na opinião de Irvine, os media deveriam

¹² “Only when there is a major crisis do some networks, particularly the cable news networks, offersustained treatment of an international problem that goes beyond the brief snapshot of the sensational happening” (Small, 2002: 285)

¹³ Na segunda parte deste trabalho iremos analisar diversos exemplos de tensão entre media e decisão política, nomeadamente em contextos de guerra.

servir como agentes de relações públicas do Estado e ajustar as notícias de acordo com essa função” (Herman, 1993: 28). Em *Big Story*, Braestrup alegava que o mesmo aconteceu durante a Ofensiva de Tet, na Guerra do Vietname. Na visão do autor, apesar de os militares estarem ainda mais pessimistas que os media, a função dos media era justamente servir de agente de *marketing* da política oficial.

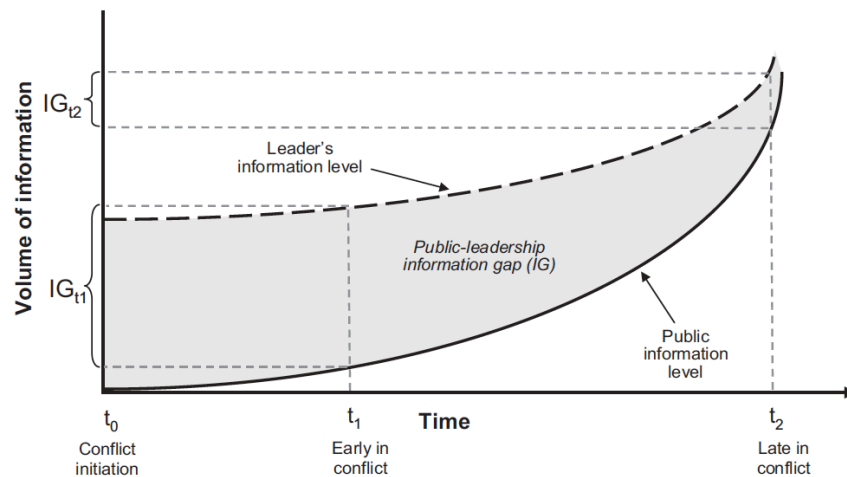
Neste ponto, interrogamo-nos qual é afinal o lugar e a função dos media na política externa. De acordo com Herman (1993), nos EUA há uma tradição fortemente elitista sobre o lugar que a classe política, os media e o público ocupam na definição da política externa do país, em que o Governo se vê a si próprio como juiz do interesse nacional, sendo o público e os media apenas obstáculos à gestão da política externa. Numa vertente mais conservadora, os media são vistos como um braço do Governo, menosprezando porém a legitimidade do papel do público na determinação da política externa.

Porém, os media devem rever-se como instrumentos de informação da opinião pública, de forma a manter a ordem democrática de Estado, condenando e denunciando desvios, ao mesmo tempo que recusam a tentativa de se tornarem meios do discurso oficial e dominante numa lógica a que Baum e Potter apelidaram de “lógica de mercado”.

1.2.3 A Relação de Mercado entre Opinião Pública, Media e Política

Baum e Potter (2008) defendem que a relação entre a opinião pública, os media e a política é semelhante às regras de mercado da procura e da oferta. Desta forma, o “mercado de política externa” – como é designado pelos autores – assenta num equilíbrio entre (1) a informação difundida pelos media; (2) o interesse e o nível de conhecimento do público e (3) a informação disponibilizada pela classe política, particularmente em situações de conflito.

Esquema 2. Discrepância de Informação entre Líderes e Público durante Conflito Militar



(Baum e Potter, 2008: 42)

Tradicionalmente, como constatámos anteriormente, o interesse do público por temas relacionados com a política externa é relativamente baixo, nomeadamente em situações primárias de conflito, como podemos verificar no Esquema 2, em que existe uma larga margem de discrepância entre a informação que circula entre líderes e a informação disponível para o público em geral.

Porém, à medida que o conflito avança, diversos factores contribuem para direccionar o interesse do público, nomeadamente o aumento de baixas militares, as opiniões divergentes entre a elite política e provas de que a informação disponibilizada pelos líderes não é credível ou verdadeira. Neste contexto, aumenta a procura do público por informação veiculada pelos media que têm a possibilidade de diminuir o hiato que existe entre líderes e público como demonstra o Esquema 2. Baum e Potter (2008) destacam o papel central que os media podem desempenhar em determinados momentos:

“Os media assumem um papel crucial porque produzem este dinamismo. Se não existisse este terceiro actor para controlar o fluxo de informação, ou se fosse meramente um actor passivo que servisse de correia de transporte, os líderes teriam menos incentivos para responder às mudanças da procura de informação por parte do público (excepto talvez em tempo de eleições)”¹⁴

(Baum e Potter, 2008: 43)

¹⁴ “The media play a crucial role because they produce this dynamism. If there were no third actor controlling the flow of information, or if such an actor were merely a passive conveyor belt, leaders would have less incentive to respond to changes in the public’s demand for information (except perhaps near an election)” (Baum e Potter, 2008: 43)

a) O efeito “*rally round the flag*”

Nesta formulação da política externa existe uma espécie de equilíbrio entre a oferta e a procura tal como nas leis de mercado. A título de exemplo, quando a administração norte-americana intervém militarmente num país ou região, o público tendencialmente é favorável à decisão, num fenómeno comumente designado de “*rally round the flag*”. Isto significa que num primeiro momento – de curto prazo – o público responde positivamente ao envolvimento militar do país além fronteiras, numa reacção quase patriótica de apoio às decisões presidenciais.

Este fenómeno deve-se ao facto de, num primeiro estágio de intervenção, a informação que circula nos media ser predominantemente escassa e, muitas vezes, unilateral, na medida em que são amplamente citadas fontes oficiais relacionadas com a administração. Dada esta desvantagem do público face à informação, as posições das elites são tidas em conta e assimiladas, de forma geral, pela opinião pública. “O *rally effect* resulta do equilíbrio de mercado caracterizado por um grupo de líderes bem informado e um público com uma clara desvantagem de informação” (Baum e Potter, 2008: 46).

Para Jentelson (2007), o “*rally ‘round the flag*” pode ser muito positivo na medida em que ajuda a criar consenso e solidariedade nacional quando o Estado enfrenta sérias ameaças. E “pode ser politicamente útil para os presidentes cuja popularidade é impulsionada pelo ‘*rallying effect*’” (Jentelson, 2007: 54).

b) As baixas militares e a diminuição do apoio popular

Em contraste com a formulação do “*rally round the flag*”, diversos estudos sobre a relação entre estes três actores num conflito a longo prazo demonstram que à medida que os acontecimentos se vão sucedendo nos media, o conhecimento da opinião pública aumenta e diminui o hiato de informação disponível entre líderes e público. É neste contexto que notícias negativas, por exemplo, de decisões erradas de estratégia, baixas militares ou civis, entre outros temas, provocam uma reacção negativa junto da opinião pública que é necessário gerir a nível político (Baum e Potter, 2008).

Os governos perdem popularidade proporcionalmente ao aumento dos custos da guerra em sangue e dinheiro. Em democracia, a questão das baixas – militares ou civis – é central nas explicações institucionais da paz democrática. De acordo com Koch e Gartner (2005), os líderes democráticos preocupam-se com a forma como as baixas

afectam o desenrolar de um conflito, a eficácia militar durante o conflito e ainda os resultados militares e as consequências políticas internas durante e no pós-conflito.

Reconhecendo esta relação causa/efeito, os decisores políticos de regimes democráticos tendem a evitar conflitos com altas taxas de baixas civis ou militares e, consequentemente, altas taxas de custos políticos (Koch e Gartner, 2005: 876-7).

Esta “sensibilidade” para a questão das baixas militares surge entre o público norte-americano na década de 70, relativamente a duas guerras que se revelaram extremamente impopulares nos EUA – as guerras na Coreia e no Vietname.

Segundo Boettcher e Cobb (2006), esta percepção foi consolidada ao longo dos 20 anos posteriores, em que o declínio do apoio popular ditou a rápida saída da presença norte-americana em conflitos como o Líbano e a Somália, uma estratégia diferente na primeira guerra do Iraque, no Haiti e Kosovo (com limitações na cobertura mediática, como teremos oportunidade de ver no Capítulo 2) e intervenções muito restritas em cenários como a Bósnia (num período inicial) e o Ruanda. Esta nova tendência levou a que, na década de 90, as grandes potências mundiais democráticas tivessem fobia a baixas, o que as levou à inação e ao consequente incumprimento do seu papel como gestoras do sistema internacional (Luttwak, 1994, *apud* Boettcher e Cobb, 2006).

O 11 de Setembro de 2001 provoca um ponto de viragem nesta relação. O número significativo de baixas civis em território norte-americano, pela primeira vez desde 1812, provoca uma mudança na forma com a opinião pública apoia e percebe a intervenção militar dos EUA no exterior (Boettcher e Cobb, 2006), podendo afirmar-se que a intervenção no Afeganistão beneficiou do efeito “*rally round the flag*” como veremos mais adiante. Para Jentelson (2007), o consenso nacional no pós-11 de Setembro foi “mais amplo e forte que qualquer outro momento desde a Guerra Fria” (Jentelson, 2007: 301).

Apesar do apoio inicial às guerras do Afeganistão e Iraque, e do baixo número de baixas militares norte-americanas em ambos os conflitos num período inicial, o aumento de informação sobre os conflitos ao longo da década – desde erros estratégicos a número de baixas civis e militares – começam a desencadear alguma contestação entre a opinião pública norte-americana¹⁵.

¹⁵ Este ponto merecerá desenvolvimento mais adiante na nossa análise

c) Efeito CNN: como as notícias podem conduzir a política externa

Um artigo publicado na revista *Newsweek* a 12 de Dezembro de 1992, intitulado “Did the Press Push Us into Somalia?”, é bastante ilustrativo do poder, neste caso da televisão, na condução de determinados episódios de política externa: “Quando os fuzileiros desembarcaram na praia em Mogadíscio a semana passada, não foi uma grande surpresa ver que as forças inimigas que atiravam contra eles não tinham armas, mas sim câmaras”¹⁶ (Alter, 1992).

Quase dois anos antes deste episódio, mais precisamente na tarde de 16 de Janeiro de 1991, poucas horas antes do “*prime time*”, o Iraque começou a ser bombardeado em directo na CNN. À hora de jantar, milhões de norte-americanos e o mundo em geral pôde assistir em tempo real aos bombardeamentos que deram início à Primeira Guerra do Golfo – o conflito que assinalou o começo de um novo ciclo da relação entre os media e a política externa ao torná-la “mais gráfica e mais evidente do que alguma vez havia sido” (Jentelson, 2007: 49). De acordo com Gilboa (2005), este conflito marcou um ponto de viragem na história da comunicação e da CNN em particular que emergiu como um “actor global nas relações internacionais” (*op. cit.*, 27).

Este novo paradigma ficou conhecido como o “efeito CNN”, traduzido numa vasta influência que a televisão, partindo do caso específico da CNN, pode provocar na condução da política externa de um Estado. A título de exemplo, Woodrow (1991) refere-se à CNN como a “telediplomacia” que poderia provocar “o estabelecimento de uma autêntica ‘videocracia’” (1991: 91) e dá vários exemplos de como os políticos se relacionam com o advento do canal televisivo que transmite 24 por dia:

“Inúmeros políticos e mesmo chefes de Estado não querem outra coisa a não ser este canal de informação contínua: George Bush, que a recebe no seu carro, Henry Kissinger que nunca se desloca ao estrangeiro sem a lista completa dos hotéis que têm a CNN, Lech Walesa, Nancy Reagan ou ainda James Baker, que confidenciava a Ted Turner que a reacção aos acontecimentos da praça Tiananmen nunca teria sido tão vigorosa sem as imagens transmitidas em directo da China”

(Woodrow, 1991: 92-93)

¹⁶ “When the Marines stormed the beach at Mogadishu last week, it was no big surprise that the enemy forces shooting them held not guns but câmaras” (Alter, 1992)

De facto, diversos autores que se debruçaram no estudo do “efeito CNN” defendem que o tempo real da comunicação social pode provocar uma maior e mais rápida resposta do público e das elites políticas face a problemas e crises globais.

De acordo com Klarevas (2003), a intervenção na Somália foi provocada pelas imagens televisivas difundidas pela CNN, bem como a sua rápida retirada. “Este caso demonstra que quando uma questão de segurança nacional, tal como foram as baixas de soldados norte-americanos, é transmitida na televisão, o seu impacto pode ser um pouco forte” (Klarevas, 2003: 284).

Existem outros casos que demonstram a forma como os media, principalmente a televisão, podem desempenhar um papel determinante no desfecho de determinadas intervenções no exterior. Um dos casos é o Haiti, em 1994, que veio demonstrar que quando não existe uma estratégia política delineada para determinadas operações, os media podem explorar esse “vácuo”, provocando uma reacção na opinião pública. Outro caso também amplamente citado diz respeito à Bósnia que, segundo Klarevas (2003), revelou que o “efeito CNN” não se limita aos EUA, tendo assumido proporções globais.

Apesar de não se poder descurar o poder da televisão, Jentelson (2007) critica o poder excessivo conferido ao “efeito CNN”. Através de inúmeras entrevistas realizadas a diferentes actores da definição de política externa (membros das administrações Clinton e Bush, porta-vozes militares, jornalistas da tv, rádio e imprensa, membros das Nações Unidas e outras organizações), Jentelson (2007) retirou diversas conclusões, nomeadamente que:

- as imagens televisivas não têm poder de forçar os decisores políticos norte-americanos a intervir num conflito militar onde não há interesse nacional claro;
- parece existir uma relação inversa entre o poder das imagens sobre determinadas decisões políticas e os presumíveis custos da operação;
- a cobertura mediática tem um impacto maior quando o poder executivo não está suficientemente articulado;
- a prevalência da reportagem em tempo real confere aos decisores políticos menos tempo para agir publicamente, porém não significa que os media determinam automaticamente uma acção política (Jentelson, 2007: 586).

CAPÍTULO 2. CONFLITOS MEDIATIZADOS: A RELAÇÃO ENTRE OS MEDIA E A ADMINISTRAÇÃO NORTE-AMERICANA EM SITUAÇÕES DE CONFLITO

“Escrever o texto todas as noites durante a guerra é uma experiência catártica. Sentes que estás a cumprir a tua missão e a passar para o público o que acreditas que precisa de saber sobre o que se está a passar”¹⁷

(Arnett, 2005: 464)

Introdução

Na segunda parte deste trabalho procuramos identificar momentos-chave que espelham a dinâmica da relação entre media e a Administração norte-americana em situações de conflito. Para isso, seleccionámos um conjunto de momentos-chave que marcaram a história dessa relação e a configuraram até aos nossos dias – do surgimento do repórter de Guerra na Crimeia (1853-56) à Segunda Guerra do Golfo (1990-91). Analisamos ainda as repercussões do 11 de Setembro na cobertura mediática norte-americana de conflitos na última parte do capítulo.

A escolha da expressão “conflito mediatizado” como título deste capítulo é deliberada. Utilizamo-la para enfatizar o papel complexo que os media assumem enquanto meios de disseminação de ideias e imagens sobre os conflitos. Tal como relembra Cottle (2006), não se trata apenas de um papel de “mediação” que remete para uma visão neutra, distanciada dos media. Os media, como teremos oportunidade de ver, não reflectem ou representam apenas os factos, na medida em que existe um envolvimento mais activo e uma consciência do seu papel na condução dos acontecimentos – tanto do lado dos jornalistas e dos seus editores, como da Administração e do exército.

Antes de entrar na análise propriamente dita parece-nos importante reflectir sobre a distinção que diversos autores (Taylor, 1997; Allan e Zelizer, 2004) fazem entre a “guerra real”, aquela dimensão onde pessoas reais morrem, e a “guerra dos media”, em que as diversas realidades da guerra, como a morte e a destruição, são distantes e distanciadas de um público não-participante, tendo os media como *mediador*. A guerra mediatizada distingue-se da guerra real, na medida em que é uma representação em

¹⁷ “Writing the story every evening of war is a cathartic experience. You feel you are fulfilling your mission and passing on to your public what you believe they need to know about what is going on” (Arnett, 2005: 464)

palavras e/ou imagens de uma guerra real, muitas vezes feita a partir da fabricação de pseudo-narrativas e/ou pseudo-eventos, numa (con)fusão de informação e entretenimento (o chamado *infotainment*), para um público que, na sua grande maioria, nunca passou pela experiência da guerra. Como escreveu John Steinbeck, em *Once there was a war* (publicado em 1958), os jornalistas fazem muitas vezes parte do esforço de guerra, protegendo o público do contacto cru com a realidade da guerra. No processo de cobertura mediática, Taylor (1997) identifica um terceiro tipo de conflito que resulta da intersecção entre a guerra real e a guerra mediatizada: o conflito de interesses entre os militares, cuja tarefa é lutar contra o inimigo, e os media, cujo trabalho é cobrir o conflito.

De facto, como comenta Willis (2007), não existe melhor exemplo do impacto dos media que a sua cobertura de situações de conflito. Os jornalistas são os olhos dos leitores, telespectadores ou ouvintes que, remotamente, assistem ao desenrolar dos acontecimentos da guerra. Para um Governo democrático envolvido numa guerra, os media podem ser considerados um problema e, simultaneamente, parte da solução. Por um lado, o Governo e os militares precisam dos media para ajudar a promover a sua visão sobre a necessidade de determinada intervenção, porém, por outro lado, os media podem tornar-se um obstáculo na condução da guerra quando procuram mostrar o outro lado – aquele que Governo e militares procuram ocultar. Como vimos anteriormente no Capítulo I – na análise sobre a relação de mercado entre opinião pública, media e política – a relação tende a agravar-se quanto mais prolongado é o conflito, na medida em que, como refere Willis (2007: 117), é difícil para o Governo norte-americano manter uma guerra longa sob intenso escrutínio dos media e, portanto, sob intenso escrutínio público.

Através de uma análise histórica dos momentos mais marcantes do confronto entre media e política norte-americanos (nomeadamente a Guerra Civil Norte-Americana, as duas Grandes Guerras, a Guerra do Vietname, a I Guerra do Golfo e as Guerras Pós-11 de Setembro¹⁸), procuramos identificar este dilema, bem como a sua evolução até à Guerra do Afeganistão. No decurso das leituras realizadas para este capítulo constatamos que ao longo do século XX, Governos e militares de sociedades democráticas têm desenvolvido e aperfeiçoado um programa de gestão de notícias que

¹⁸ “9/11 wars” tornou-se designação comum das guerras no Afeganistão (2011) e Iraque (2003), iniciadas após os atentados do 11 de Setembro de 2001 em solo norte-americano. Jason Burke recuperou esta designação no seu mais recente livro *The 9/11 Wars* (Setembro de 2011) que analisa as duas guerras ainda em curso.

tem como principal objectivo assegurar que a opinião pública apoia o Governo no dia em que decide começar uma operação militar ou entrar num conflito já em curso. Knighthley (2005) assinala que na guerra os militares têm várias vantagens relativamente aos media. Para o autor, os jornalistas tornam-se mais competitivos e criam por vezes cisões entre si do que em tempos de paz, o que não acontece com os militares que se unem em torno do esforço de guerra. Além disso, a parte militar do Estado é uma instituição que permanece no tempo, que analisa e aprende com as lições do passado, enquanto os jornalistas não têm tradição de passar as suas experiências às gerações seguintes de repórteres de guerra.

Nesta relação entre media e decisão política, parece-nos igualmente importante distinguir entre as *nossas guerras* e as *guerras dos outros*, fenómeno bastante evidente no processo de cobertura mediática norte-americana¹⁹. As *nossas guerras* são aquelas que envolvem as *nossas tropas*, em cooperação com os *nossos aliados* contra um inimigo claramente identificado, bem como os *seus aliados*. Para Taylor (1997), existe um menor envolvimento e atenção às questões relacionadas com os conflitos do Outro: “Todas as guerras são más, brutais, mas a *guerra das outras pessoas* é da conta delas e pouco ou nada tem a ver *connosco*”²⁰ (Taylor, 1997: 130). Já as *nossas guerras* pressupõem um maior envolvimento emocional com os combatentes, sejam militares ou civis. Para além das diferenças entre *nós* e *eles*, existe ainda mais uma distinção a fazer entre os conflito em que participação cívica é limitada e distante, sendo observada através de os media; e as guerras que envolvem uma participação mais alargada, e em que todos os recursos nacionais são mobilizados para o esforço de guerra, de que é exemplo a II Guerra Mundial. A cobertura mediática das guerras limitadas, compostas apenas por militares, é muitas vezes considerada intrusiva²¹, o que explica a evolução e a sofisticação da censura militar imposta aos jornalistas em cenários de conflito.

¹⁹ A grande maioria das delegações de cadeias televisivas e publicações norte-americanas está localizada em zonas de conflito que envolvem operações militares dos EUA.

²⁰ Itálico da autora. “All wars are nasty, brutal affairs, but other people's wars are about other people's business which may have little or nothing to do with 'us'” (Taylor, 1997: 130)

²¹ A obra *Newsmen and National Defense: Is Conflict Inevitable?* é uma colectânea de ensaios que facultam algumas pistas sobre os equívocos existentes entre militares e profissionais dos media. A título de exemplo, o jornalista Richard Halloran entrevistou diversos oficiais de forma a compreender as principais percepções sobre os media. A grande maioria considera que os media são a entidade “todo-poderosa”, com uma agenda liberal que é instintivamente anti-militar. Consideram ainda que os jornalistas cobrem situações de conflito apenas por questões financeiras, para vender mais jornais, não são rigorosos na informação vinculada e dão destaque maioritariamente a notícias negativas.

É também importante realçar que, nas *nossas* guerras, o repórter encontra-se constantemente num limbo entre patriotismo e objectividade. Apesar de ser eticamente responsável por relatar os acontecimentos de forma objectiva, não se pode negligenciar o facto de o jornalista estar inserido numa determinada sociedade e cultura a que dificilmente se pode dissociar. Além disso, tem de responder perante um público, que consciente ou inconscientemente, deseja ver apoiado o esforço de guerra nacional. Como teremos oportunidade de ver, as más notícias do *nosso* lado provocam muitas vezes uma reacção negativa no público e consequentemente uma acção política contra os media. Os repórteres que cobrem as *suas* guerras vivem portanto num constante dilema sobre o que pode ser divulgado, de que forma e até onde é que podem chegar, não descurando porém, nos contextos democráticos, o direito à liberdade de expressão e o direito dos *seus* cidadãos à verdade.

2.1. Do surgimento do repórter de guerra na Crimeia à experiência do Vietname

2.1.1. Guerra da Crimeia e Guerra Civil Norte-Americana: do surgimento do repórter de guerra à sua afirmação

A história da relação entre media e militares remete-nos para conflitos anteriores ao envolvimento dos EUA, nomeadamente à Guerra da Crimeia, cuja cobertura por William Howard Russell²² marcou o início de um esforço organizado para relatar uma guerra para a população civil utilizando os serviços de um repórter civil. De acordo com Knightley (2004), antes de a guerra terminar o exército percebeu que tinha cometido um erro em tolerar Russell e os seus colegas, porém era demasiado tarde: “O correspondente de guerra tinha chegado, e quando a Guerra Civil Norte-Americana rebentou cinco anos mais tarde, 500 deles acabaram por cobrir sozinhos o conflito no lado Norte”²³ e cerca de 100 na zona Sul (Knightley, 2004: 17).

De facto, o início da Guerra Civil Norte-Americana criou uma procura sem precedentes por notícias, de que a imprensa veio a beneficiar, investindo na mobilização de recursos para o conflito. A título de exemplo, o *New York Herald* mobilizou 63 repórteres para o campo de batalha e gastou cerca de um milhão de dólares na cobertura

²² Russell escreveu mais tarde *My Diary North and South* disponível na íntegra em <http://bit.ly/xzV54B>

²³ “The war correspondent had arrived, and when the American Civil War broke out, five years later, 500 of them turned out to report the conflict on the Northern side alone” (Knightley, 2004: 17).

da guerra, enquanto o *New York Tribune* e o *New York Times* enviaram cerca de 20 jornalistas cada. A grande maioria dos jornais do Norte vendiam cinco vezes mais que outros se incluíssem notícias sobre o desenrolar do conflito. Enquanto isso, os jornais do Sul tinham tiragens cada vez menores e, dos cerca de 40 jornais diários, apenas 20 permaneceram activos após o conflito (Newseum/War Stories, s/d).

A censura prevaleceu ao longo dos quatro anos de conflito e quer os jornalistas do Norte quer os do Sul lutavam diariamente contra as restrições dos Governos e líderes militares que receavam que informação útil pudesse transpirar para o inimigo. Neste contexto, surgiu o denominado *press release*, através de o qual os generais passavam informação considera não-sensível e passível de ser publicada.

Segundo Knightley (2004), a experiência e o desempenho dos repórteres que cobriram a Guerra Civil Norte-Americana tem sido muito criticada, nomeadamente pela juventude dos jornalistas, sem experiência profissional, e pelo facto de um dos principais critérios de selecção ter a ver com a capacidade de utilização do telégrafo. Além disso, diversos correspondentes tinham transitado do exército ou Administração para a cobertura mediática da guerra, ou seja, um género híbrido que poderia representar uma promiscuidade entre militares e jornalistas.

A introdução do telégrafo representou uma revolução na cobertura mediática à época. O correspondente de guerra passou a estar sobre pressão para conseguir a história do campo de batalha em primeiro lugar. Porém, o desejo de ser o primeiro a reportar do teatro de guerra traduzia-se muitas vezes em informação pouco precisa ou sem confirmação ou, nalguns casos, em reportagens imaginadas (Newseum/War Stories, s/d).

2.1.2. A Primeira Guerra Mundial: o nascimento da propaganda de guerra moderna

Aquela que ficou conhecida como a “guerra para acabar com todas as guerras” veio aperfeiçoar a máquina de propaganda militar. Em 1914, quando se iniciou o conflito, assistiu-se à explosão de mensagens criadas para persuadir diferentes frentes. Um fenómeno que ficou conhecido como a “propaganda de guerra moderna”²⁴ (Andersen, 2006: 4), cujo principal objectivo era “incendiar” a imaginação, o medo e o ódio do público e, simultaneamente, demonizar o inimigo. Para além da propaganda

²⁴ “modern war propaganda” (Andersen, 2006: 4).

militar que muitas vezes facultava informação que substituí a informação dada pelos jornalistas, foi também imposta censura no terreno.

Os alemães impuseram censura militar desde o início da guerra que impossibilitava aos correspondentes de guerra alemães a aproximação da frente de batalha. Além disso, todas as notícias para “consumo interno” eram discutidas numa conferência bimensal entre o quartel-general e jornalistas; e rapidamente criaram a sua própria agência noticiosa que concedia informação sobre operações militares para o mercado externo.

Em Inglaterra, sob o *Defence of the Realm Act*, foi criado um sistema de censura tão severo que o seu legado perdura até hoje (Knightley, 2004). O consentimento dos proprietários dos jornais a este controlo e a sua cooperação em disseminar a propaganda trouxe-lhes mais tarde recompensas, nomeadamente a afirmação da sua posição social e poder político, porém minou a confiança dos leitores. Cedo se tornou claro que seguiriam a mesma linha dos alemães: a censura foi imposta a 2 de Agosto de 1914, e a informação tinha de ser aprovada por generais e enviada para as redacções com a advertência “testemunhado”.

Também a França implementou um sistema semelhante. Cada exército tinha um informador cuja tarefa era reunir todos os episódios dramáticos após cada batalha e escrever uma estória adequadamente discreta para o Governo enviar para as redacções de todo o mundo.

De acordo com Knightley (2004), o Governo britânico cedo ficou sob pressão para alterar o modelo de censura dos media. Uma das opiniões que teve mais peso àquela época foi a de Theodor Roosevelt que, numa carta pouco conhecida endereçada ao então Secretário dos Assuntos Externos britânico, Edmund Grey, defendia que a recusa do Governo britânico em permitir aos correspondentes de guerra fazerem o seu trabalho estava a prejudicar a causa britânica nos EUA. Dada a pressão externa, o Governo britânico passou a fazer algumas concessões, mas não permitia a circulação de correspondentes sem um oficial que estaria instruído para gastar o máximo de tempo possível dos correspondentes (Knightley, 2004). Posto isto, é possível afirmar que para os Governos envolvidos no conflito, os jornalistas faziam parte da máquina de propaganda e muitas vezes se confundiam com os próprios militares, quanto mais não fosse pela utilização de uniforme.

No início da guerra, os EUA assumiram uma posição de neutralidade, porém, para jornais como o *The New York Times*, era importante demonstrar o que acontecia

realmente na Europa. A primeira vaga de jornalistas norte-americanos, num total de 90, juntou-se a repórteres neutros – suíços, suecos, dinamarqueses, espanhóis e sul-americanos – procurando formas para relatar a guerra. Os jornais neutros conseguiam divulgar as suas descrições das batalhas dias antes dos censores britânicos ou alemães lançarem as suas notícias para as suas próprias populações.

Em *The First Casualty*, Knightley (2004) descreve de forma pormenorizada as condições que os correspondentes de guerra de países neutros gozavam nas diferentes frentes de batalha. Nos primórdios do conflito, a frente alemã, por exemplo, possibilitava aos jornalistas neutros de relatarem a frente de batalha quando parecia estar a ganhar terreno. Na frente austríaca, os jornalistas neutros tinham um tratamento diferenciado, conquistando-os com oferta de vinho, cigarros, etc.. Já na frente russa, o Grand Duke Nicholas providenciou duas carruagens para levar os correspondentes neutros à frente de batalha. Os britânicos montaram um sistema para conduzir os correspondentes em *tours* para que pudessem ver a logística, mas não a frente de batalha em si. Impunham ainda uma condição sórdida: se fizessem reportagem mais tarde do lado do inimigo e fossem apanhados, seriam executados como espiões. No desenrolar do conflito, os alemães montaram um sistema idêntico: tendencialmente forçavam o correspondente neutro a fazer um compromisso com um dos lados durante o decurso da guerra o que, na prática, significava que seriam absorvidos pela máquina propagandista como os colegas britânicos ou alemães. Para os jornalistas norte-americanos, num primeiro momento neutros no conflito, era importante informar a sociedade norte-americana do que se passava na Europa: “Os norte-americanos lutaram arduamente contra este sistema, e a história do seu papel na Primeira Guerra Mundial é a de uma longa batalha para relatar a guerra como a viram, não como os britânicos ou os alemães ou – mais tarde – os censores norte-americanos quiseram”²⁵ (Knightley, 2004: 123)

Os EUA entram no conflito quando este padrão de gestão de informação já existia e estava a ser aplicado. Em 1916, Woodrow Wilson foi reeleito e era apelidado como “candidato da paz”. Porém, em Abril de 1917, os EUA entraram na I Guerra mundial com a retórica de que deveriam contribuir para tornar o mundo mais seguro para a democracia. Nos EUA levou algum tempo até que a guerra chegasse à opinião

²⁵ “The Americans fought hardest against this, and the history of their rôle in the First World War is of one long battle to report the war as they saw it, not as the British or the Germano or – later – the American censor wanted it” (Knightley, 2004: 123).

pública. Segundo Andersen (2006: 11), desde o início da guerra que os norte-americanos eram sujeitos apenas a um lado da beligerância. A Marinha Real Britânica silenciou visões pluralistas e contrárias à sua perspectiva, cortando as linhas de cabo transatlântico da Alemanha, permitindo aos censores britânicos e franceses filtrarem a grande maioria das notícias da Europa que chegavam à América (Andersen, 2006).

Quando os EUA declararam a entrada na guerra, vários jornais influentes demonstraram-se contrários à decisão da Administração Wilson, nomeadamente o *Chicago Tribune*, o *Washington Post*, o *Los Angeles Times*, o *San Francisco Chronicle* e o *Cleveland Plain Dealer*, que defendiam uma postura isolacionista e não-intervencionista dos EUA no conflito (Willis, 2007: 119). Para ajudar ao esforço de guerra, a Administração Wilson criou o *Committee on Public Information* (CPI), uma semana após a declaração de guerra que, segundo Willis (2007), foi uma ferramenta importante para a unificação da opinião pública norte-americana em torno do conflito: “é também notável que a maioria dos 6.000 *press releases* [produzidos pelo CPI] foram considerados rigorosos pelos jornalistas que os utilizaram e poucos foram postos em causa”²⁶ (Willis, 2007: 119). O Comité era chefiado pelo respeitado jornalista George Creel, que foi bem sucedido em unir a opinião pública em torno do esforço de guerra.

Parece-nos importante realçar aqui a diferença entre censura política e censura militar. A censura política procura fundamentalmente gerir o fluxo de informação facultado aos jornalistas, substituindo por vezes o próprio jornalista ao disponibilizar informação oficial entendida como propaganda; enquanto isso a censura imposta ao nível do terreno parece reuniu mais consenso, sendo menos controversa, porque assenta num código de conduta entre militares e jornalistas sobre a informação que pode naquele momento ser disponibilizada à opinião pública.

Com a entrada dos EUA, as regras de creditação dos correspondentes mudaram substancialmente para o *American Expeditionary Force*. Existiam, portanto, seis passos essenciais para obter autorização para a Europa: 1) o jornalista tinha de comparecer presencialmente perante o Secretário de Guerra ou o seu representante oficial e jurar transmitir apenas a verdade ao povo norte-americano, evitando divulgar factos que pudessem ajudar o inimigo; 2) era obrigado a escrever uma nota biográfica que incluísse alguns dos seus trabalhos, a sua experiência profissional, o seu carácter e o seu estado de saúde; 3) tinha também de indicar o que tencionava fazer e onde tencionava deslocar-

²⁶ “it is remarkable that most of ist 6.000 press releases were deemed accurate by the journalists using them, and few were called into question” (Willis, 2007: 119)

se quando chegasse à Europa; 4) teria de pagar (o repórter ou o seu jornal) mil dólares ao exército para cobrir o seu equipamento e despesas e depositar ainda 10 mil dólares para assegurar que se comportaria como um “Cavalheiro de Imprensa”; 5) caso fosse deportado por ter cometido algum tipo de infracção, os 10 mil dólares ser-lhe-iam confiscados e canalizados para obras de caridade; 6) o correspondente não poderia endossar uniforme e era obrigado a utilizar uma braçadeira com um “C” [“Correspondent”] grande a vermelho (Knightley, 2004).

De acordo com Andersen (2006), os jornalistas que visitaram as trincheiras das frentes de batalha falharam no documentar do conflito. Existe um conjunto de factores que impossibilitou que os repórteres informassem adequadamente os seus públicos, nomeadamente, a falta de acesso ao campo de batalha; a dependência dos *briefings* oficiais para as suas reportagens; o grau elevado de censura; e o próprio sentimento de patriotismo do correspondente que impossibilitava informar de forma equilibrada o público. Como relembra Willis (2007), a Primeira Guerra Mundial é caracterizada por uma imprensa que não necessita ser lembrada sobre o seu dever patriótico pelo Governo norte-americano, na medida em que muitos dos jornalistas mostravam voluntariamente as suas reportagens aos censores e procuravam cumprir escrupulosamente as linhas gerais da censura oficial.

Também Knightley (2004) critica fortemente a postura do correspondente de guerra na Primeira Guerra Mundial, pela posição privilegiada que detinha face ao público, no entanto ter-se-á entendido que muitas das vezes a informação vinculada não dependia apenas dos correspondentes de guerra, mas sim da liberdade de movimentos que lhes era concedida nas diversas frentes de batalha. Knightley (2004) defende que, ao invés de informar de forma equilibrada os seus leitores, os correspondentes de guerra identificaram-se eles próprios com os exércitos em campo, protegiam o alto comando das críticas e omitiam muitas vezes informação sobre a vida nas trincheiras, mantendo silêncio relativamente à chacina. No fundo, permitiam-se a serem absorvidos pela máquina de propaganda.

Para além dos repórteres no terreno, Andersen (2006) destaca ainda a importância da cadeia de *gatekeepers* a montante: os editores que pactuavam com o esforço de guerra ao ocultar, por exemplo, o número de mortos e promovendo a frente doméstica em vez de informar de forma equilibrada os seus leitores. A censura, aliada à máquina propagandista criada por cada um dos exércitos envolvidos no conflito, foi

considerada um instrumento legítimo do esforço de guerra que, como veremos, se institucionalizou na Segunda Guerra Mundial.

2.1.3. Segunda Guerra Mundial: a institucionalização da censura

A propaganda na Segunda Guerra Mundial profissionalizou-se. No início da Segunda Guerra Mundial, para os aliados, o sistema de controlo dos correspondentes de guerra deveria ser exactamente o mesmo que em 1914-18, ou seja, deveria existir um oficial, conhecido como “testemunha ocular”, que escoltava um número limitado de correspondentes que seriam tolerados na sede de campanha, de forma a corroborar a informação. Além do controlo de movimentos, os oficiais poderiam censurar cuidadosamente os despachos sobre temas que pudessem afectar a moral na frente de batalha. Em resumo, os correspondentes de guerra seriam considerados parte integrante do esforço de guerra para moldar uma percepção positiva no público.

A Alemanha aprendeu com a forma como a Inglaterra geriu as notícias da Primeira Guerra Mundial. O Ministério da Propaganda, sob controlo de Goebbels, supervisionou as movimentações dos correspondentes de países neutros através do Departamento da Imprensa Estrangeira. Concedia-lhes regalias tais como rações extra, um subsídio de combustível e uma taxa especial de câmbio para a sua moeda (Knithley, 2004). Goebbels montou assim uma máquina de propaganda sem precedentes, que incluía não só jornalistas mas também outros profissionais dos media (fotógrafos, realizadores, escritores...) numa brigada chamada *Propaganda Kompanien* (PK) que estaria igualmente preparada para lutar. “Tornaram-se uma parte vital do esforço de guerra alemão, uma combinação de correspondentes de guerra, publicitários e mestres daquilo a que os britânicos iriam mais tarde apelidar de *propaganda negra*”²⁷ (Knightley, 2004: 241).

Nos EUA a propaganda e a censura da Primeira Guerra Mundial tornaram-se um legado difícil de suportar. Ferrari e Tobin (2003) consideram que o isolacionismo dos EUA entre as duas Grandes Guerras na Europa foi, em parte, uma resposta da população norte-americana que sentiu que lhe haviam mentido sobre os acontecimentos da Grande Guerra, o que teve repercussões futuras. Durante a Segunda Guerra Mundial, a cobertura norte-americana tornou-se “mais sofisticada, mais imediata, e mais fidedigna” (Ferrari e Tobin, 2003: 12). Vários factores contribuíram para a melhoria da

²⁷ “They became a vital part of the German war effort, a combination of straight war correspondent, publicist, and master of what the British later termed ‘black propaganda’” (Knightley, 2004: 241).

informação, nomeadamente o interesse crescente de um conjunto de leitores informados sobre a nova crise mundial; a afirmação da influência de determinados jornais norte-americanos como o *The New York Times* ou o *New York Herald Tribune*; e ainda a emergência e aperfeiçoamento de novas formas de comunicação. É o caso da rádio que, neste conflito, assumiu um papel importante, na medida em que originou novos desafios aos mecanismos de controlo militar da comunicação. A rádio trouxe a reportagem em directo – dos bombardeamentos britânicos, às mensagens de Roosevelt e à rendição alemã – e, portanto, uma nova forma de cobertura mediática mais difícil de controlar porque a imediatez da mensagem não permite acesso ao texto antes da sua difusão.

No que diz respeito à postura da Administração norte-americana, em substituição do CPR, criado na Primeira Guerra Mundial, Roosevelt manteve dois escritórios distintos durante o decorrer do conflito: o *Office of Facts and Figures* que mais tarde viria a chamar-se *Office of War Information* com orçamento aprovado de 40 milhões de dólares e que servia de gabinete de ligação entre o Governo e a imprensa, e o *Office of Censorship* que supervisionava todos os órgãos de comunicação social, lendo cartas pessoais, interceptando telefonemas, verificando telegramas e assegurando que os jornais e rádios seguiam o Código de Práticas em Tempo de Guerra²⁸. Neste conflito, considerado “a guerra justa”, em que os jornalistas estavam claramente do lado dos aliados, não foi necessário criar propaganda directa. Em vez disso, foi criado este código que se tornaria um manual importante para os correspondentes norte-americanos que, como os repórteres compatriotas na Primeira Guerra Mundial, procuravam seguir as regras e proteger as tropas norte-americanas. E, tal como na Guerra Mundial precedente, quando enfrentavam uma situação ambígua no terreno, muitas vezes optavam pelo lado da censura em vez de aproveitar a oportunidade para revelar detalhes importantes, embora por vezes comprometedores, do esforço dos aliados (Knightley, 2004; Willis, 2007).

A marinha e o exército norte-americanos praticavam “censura na fonte”, impedindo a passagem de informação que não fosse conveniente. Residia nesta guerra uma dupla perversidade: os correspondentes não podiam aceder aos teatros de guerra, a não ser que tivessem creditação, e uma das condições para obter creditação era assinar um acordo para submeter todas as suas reportagens à censura naval e militar. De facto, as intenções de ambas as partes eram dramaticamente opostas: “Os correspondentes

²⁸ O documento, cujo título original é Code of Wartime Practices, pode ser consultado em <http://www.archives.ncdcr.gov/exhibits/dmedia/assets/pdf/1942-censorshipcode.pdf>

procuravam contar o mais possível, o mais cedo possível; os militares procuravam contar o menos possível, o mais tarde possível”²⁹ (Knightley, 2004: 300).

A leitura dos diversos testemunhos de jornalistas que estiveram na Segunda Guerra Mundial, reunidos no livro *Reporting America at War* (Ferrari e Tobin, 2003), permite-nos afirmar que a censura praticada ao longo do conflito variava consoante o teatro de guerra, o contingente ou até mesmo o censor. Porém existiam assuntos que eram sempre objecto de censura, particularmente o número de baixas militares. O famoso jornalista norte-americano Walter Cronkite³⁰ explica-o da seguinte forma:

“Existiam determinadas coisas que sabíamos que não iriam passar. Tentávamos conviver com eles [militares] porque estávamos a tentar relatar tudo o que conseguíamos. Mas as baixas, por exemplo – eles não estavam dispostos a deixar que o inimigo soubesse quão bem sucedido teria sido em determinada acção, quantas vidas poderia reclamar, quanto material teria destruído...”³¹

(Cronkite, 2003: 22)

Ambas as Grandes Guerras Mundiais ilustram bem a difícil tarefa do trabalho dos jornalistas em situações de conflito, demonstrando também a evolução e aperfeiçoamento da máquina censória e propagandista militar. Se na Primeira Grande Guerra a censura foi considerada uma parte legítima do esforço de guerra, na Segunda Guerra Mundial tornou-se institucional com a criação de gabinetes de ligação entre militares e correspondentes e o surgimento da figura de relações públicas militar. Para Rozell (2003: 321), as técnicas de propaganda utilizadas nas duas Guerras Mundiais ajudaram a criar a convicção de que a opinião pública pode ser manipulada pelos media.

²⁹ “Correspondents seek to tell as much as possible as soon as possible; the military seeks to tell as little as possible as late as possible” (Knightley, 2004: 300).

³⁰ Walter Cronkite esteve em cenários de conflito tão diversificados como a Segunda Guerra Mundial (nomeadamente no desembarque em Normandia) e o Vietname. No início da Guerra Fria tornou-se chefe do escritório da United Press em Moscovo. Nos anos 50, nos primórdios da televisão, juntou-se à CBS e, em 1962, tornou-se apresentador do noticiário Evening News da CBS – o mesmo espaço onde anunciou o assassinato de John F. Kennedy. Uma sondagem realizada na década de 60 revelava que Cronkite era a pessoa em quem mais o público norte-americano confiava.

³¹ “There were certain things we knew weren’t going to pass. We tried to get by with them because we were trying to report everything we could. But casualties, for instance – there weren’t anxious to let the enemy know how successful they had been in any given action, how many lives they’d claimed, how much matériel they’d destroyed...” (Cronkite, 2003: 22)

2.1.4. A experiência do Vietname como ponto de viragem

Um dos momentos mais significativos da História da guerra e da relação entre media e Administração norte-americanos teve lugar no Vietname. Aquela que foi a primeira guerra televisionada da História, representou igualmente a primeira grande derrota de operação militar dos EUA em solo estrangeiro no século XX. Tornou-se miticamente conhecida como a guerra menos censurada da História e também como o conflito em que os media minaram a moral e a vontade política para a prosseguir – o chamado “Síndrome da Guerra do Vietname” (Cottle, 2006: 25; Willis, 2007: 125). Como se tratou de uma guerra não declarada oficialmente, não foi possível criar uma máquina de controlo de informação. Contudo, a quase ausência de censura não significou, porém, a ausência de restrições sobre o fluxo de informação que pudesse prejudicar o apoio público à guerra, como teremos oportunidade de ver mais adiante.

No período inicial da guerra do Vietname, destaca Knightley (2004), os correspondentes não questionavam a intervenção americana em si, mas apenas a sua eficácia. Muitos correspondentes, ao contrário do que Washington poderia pensar, estavam apenas interessados em assistir à vitória dos EUA. Como explica Halin, “mesmo num assunto tão explosivo como o Vietname, uma guerra não declarada numa terra distante e por vezes hostil, sem censura ou grandes restrições de acesso, os media foram invulgarmente dóceis³²” (Halin, 1986: 116).

Porém, o discurso mudou em 1964 e, nesse mesmo ano, o Governo sentiu a necessidade de montar uma máquina propagandista, embora não oficial, de forma a reverter o efeito nefasto dos correspondentes. As agências de informação encorajaram e apoiaram financeiramente a ida de jornalistas para o Vietname, apelando ao seu patriotismo e ao interesse nacional. “Em Novembro de 1967, a Administração Johnson realizou uma enorme campanha de relações públicas no sentido de persuadir a imprensa, o Congresso e o público americano que o 'progresso' ainda existia no Vietname e que a guerra estava a ser 'ganha’”³³ (Willis, 2007: 127)

Precisamente em 1967, o vice-presidente americano Hubert Humphrey apelava aos jornalistas que quando se dirigissem ao povo norte-americano dessem “o benefício

³² “Even on an issue as explosive as Vietnam, an undeclared war in a distant and often hostile land, without censorship or extensive restrictions on access, the media were remarkably docile” (Halin, 1986: 116).

³³ “By November 1967, Johnson’s administration began a wide-ranging public relations campaign with the purpose of persuading the press, Congress, and the American public that ‘progress’ did exist in Vietnam and that the war was being ‘won’” (Willis, 2007: 127)

da dúvida para o nosso lado... estamos juntos nisto”³⁴ (Knightley, 2004: 419). Porém, apesar dos esforços por parte do Governo em dar ênfase aos aspectos “positivos” da intervenção no Vietname, diariamente, os jornalistas focavam a sua atenção nos aspectos mais negativos da guerra: reportagens sobre soldados americanos mortos ou feridos em combate, os danos colaterais, os erros estratégicos, entre outros (Willis, 2007: 132). Apesar de alguns correspondentes se tornarem parte da máquina propagandista, como sublinha Knightley (2004), a uma determinada altura, quando cerca de 700 jornalistas estavam no Sul do Vietname, tornou-se inevitável que alguns se recusariam a aceitar as linhas oficiais e saíssem para o terreno, colocando a sua própria vida em risco³⁵. Porém, mesmo esses enfrentavam outro tipo de controlo que não lhes permitia muitas vezes relatar o que viam ou ouviam no terreno: os próprios editores (que desempenham um papel crucial como *gatekeepers* de informação). O célebre jornalista norte-americano Peter Arnett³⁶ (2005) dá um exemplo na primeira pessoa quando, ao serviço da Associated Press (AP), acompanhou a invasão do Camboja pelos EUA em 1970 e escreveu uma reportagem que, de acordo com os seus editores, poderia inflamar ainda mais a opinião pública do país:

“Os editores da AP consideraram a situação inflamatória e queriam conter qualquer relato do Vietname que pudesse inflamar. Acharam que a minha história sobre os soldados norte-americanos que saqueavam e matavam civis no Camboja era demasiado inflamatória. Era a primeira vez que os soldados estavam no Camboja e simplesmente enlouqueceram. Foi a primeira vez que viram alguma coisa que valia a pena saquear. (...) Um repórter da UPI [United Press International], Leon Daniels, estava comigo... Escrevemos basicamente histórias idênticas porque tínhamos visto as mesmas coisas. A AP matou a minha história e matou as imagens e advertiu-me: ‘temos de estar cientes da informação inflamatória, temos de ser cuidadosos com o que relatamos do terreno’”³⁷

(Arnett, 2005: 458)

³⁴ “... the benefit of the doubt to our side... We’re in this together” (Knightley, 2004: 419).

³⁵ De acordo com Knightley, 45 correspondentes morreram e 18 foram dados como desaparecidos no Vietname

³⁶ Peter Arnett cobriu 35 guerras ao serviço de media norte-americanos e viveu 13 anos no Vietname durante o conflito. É considerado um *bad boy* do jornalismo dos EUA, nomeadamente pela sua postura na Primeira Guerra do Golfo (Borjesson, 2005).

³⁷ “The editors of the AP deemed the situation so inflammatory that they wanted to keep down any reporting from Vietnam that could inflame it. They felt that my story dealing with GIs looting and killing civilians in Cambodia was too inflammatory. It was the first time us soldiers had been in Cambodia, and they just went crazy. It was the first time they’d ever seen anything worth looting. (...) There was a UPI [United Press International] man with me at the scene, Leon Daniels... We wrote basically identical stories because we had seen the same things. the AP killed my story and killed the pictures and messaged me: ‘we have to be aware of inflammatory information. we have to be more careful of what we report from the field’” (Arnett, 2005: 458)

Segundo Andersen (2006), a guerra do Vietname permanece como um dos episódios mais controversos na história norte-americana, nomeadamente após a Ofensiva de Tet. A 31 de Janeiro de 1968, as tropas do Vietname do Norte invadiram as maiores cidades do Sul: “A guerra veio até eles. Os fotógrafos captaram imagens de batalha nas ruas de Saigão, incluindo soldados norte-americanos feridos, e a televisão levou até ao público norte-americano imagens da guerra à hora de jantar”³⁸ (Andersen, 2006: 49).

Havia dezenas de jornalistas estacionados em Saigão. Nas semanas e meses seguintes o público esteve exposto a imagens gráficas de luta, incluindo imagens de soldados norte-americanos e civis feridos ou mortos. Diversas pesquisas realizadas à época demonstraram que, desde o dia da Ofensiva até ao final de Março, as imagens televisivas de baixas civis e destruição no Vietname do Sul aumentaram quatro vezes e imagens de soldados norte-americanos mortos tiveram uma escalada de 2,4 para 6,8 vezes por semana (Hallin, 1986).

De facto, a cobertura mediática da Guerra do Vietname é entendida mais facilmente através de uma trajectória histórica, cujo o momento de viragem é a Ofensiva de Tet. Antes da Ofensiva, a visão dos media sob a guerra era cuidadosamente editada e transparecia a ideia de uma guerra ordeira e controlada. Durante os primeiros anos da guerra, a relação entre militares e jornalistas era tendencialmente pacífica, muitas vezes com os oficiais a oferecerem boleias de avião a repórteres até ao campo de batalha. Como refere Andersen (2006), muitos jornalistas se demonstraram admirados com a ajuda e hospitalidade que recebiam da máquina de propaganda dos EUA.

Os media *mainstream* citavam maioritariamente fontes oficiais, ou seja, do exército norte-americano, divulgando a versão oficial da contagem diária dos corpos e a evolução das diversas frentes de batalha. Enquanto isso, outros jornalistas, muitos deles *freelancers*, viajavam por conta própria e mostravam uma visão mais negativa do conflito. Contudo, a maior parte das notícias assumia que, dada a superioridade do arsenal dos EUA, o inimigo seria à partida derrotado. Um mês antes da Ofensiva, a Administração norte-americana anunciara que a vitória estava próxima e que, em breve, as tropas regressariam a casa. Foi nesta conjuntura que surgiram as imagens da

³⁸ “The war had come to them. Photographers captured images of battles being fought in the streets of Saigon, including wounded U.S. soldiers, and television brought those Picture into American living rooms during dinnertime” (Andersen, 2006: 49).

Ofensiva de Tet, em 1968: “Uma guerra que durante anos foi retratada como ‘vencível’, ‘limpa’ e ‘justa’ tornou-se de repente brutal, confusa e dispendiosa”³⁹ (Andersen, 2006: 51).

A intensificação da oposição à Guerra do Vietname, pós-Ofensiva de Tet, generalizou a percepção da emergência de uma racionalidade pública sem precedentes. Rapidamente se tornou claro para as Administrações Johnson e Nixon que os meios de comunicação social estavam a influir na opinião pública norte-americana, e a guerra passou a estar sob um intenso escrutínio mediático difícil de conduzir. O significado de Tet foi amplificado pelo silêncio da Administração Johnson, na medida em que nos meses seguintes nenhuma interpretação plausível emanou da Casa Branca sobre o sucedido. Este silêncio deu espaço de exploração aos media – o debate e a oposição à guerra passaram a ser mediatizadas.

É importante sublinhar o carácter peculiar deste conflito, no qual os jornalistas se podiam movimentar sem estarem sujeitos a protocolos oficiais, visto que a guerra não foi declarada oficialmente. O Vietname foi uma guerra como nenhuma outra para os Estados Unidos e, neste contexto, o papel dos *media* tornou-se gradualmente determinante na forma como a guerra foi conduzida, desde a influência na opinião pública americana (que demonstrava a sua oposição nas ruas) até ao plano de retirada das tropas em 1975 (Willis, 2007: 125).

A prova da influência dos *media* na formação da opinião pública e, consequentemente, na política norte-americanas, foi a deslocação, em 1968, do jornalista Walter Cronkite ao Vietname. Após o regresso de uma curta visita ao conflito, Cronkite afirmou que “a experiência sangrenta no Vietname irá terminar num impasse”, defendendo que a guerra não se poderia vencer. Numa reacção da Casa Branca, o gabinete de Johnson afirmou “Se perdemos Cronkite, perdemos o centro da América” (Willis, 2007: 127).

À medida que a guerra avançava, maior era a discrepância entre as informações oficiais e os relatos dos jornalistas. Exemplo disso eram os *briefings* que os militares facultavam diariamente aos correspondentes, que apelidavam essa informação de “os disparates das cinco da tarde” (*ibidem*). Para Andersen (2006), a cobertura mediática do Vietname, nomeadamente após Ofensiva de Tet, serviu de justificação à limitação das garantias do Primeiro Aditamento à Constituição, que diz respeito à liberdade de

³⁹ “A war that had for years been characterized as ‘winnable’, ‘clean’ and ‘just’ had suddenly become brutal, messy and costly” (Andersen, 2006: 51).

imprensa, e ao bloqueio do acesso de jornalistas a campos de batalha e conflitos subsequentes. De acordo com a autora, os media levaram o público a opor-se à guerra deixando a impressão que Tet foi uma derrota para as forças norte-americanas e os vietnamitas do Sul, quando não chegou a ser sequer uma vitória para o Vietname do Norte. O Vietname tem servido, por isso, como exemplo de que os media são desleais e apatrióticos durante situações de conflito.

Para a Administração norte-americana ficou claro que a experiência desta guerra determinou a urgência da definição de uma estratégia política na abordagem com os *media* em conflitos futuros: “As lições que os futuros presidentes e comandos militares tiraram da experiência do Vietname ajudou a criar uma nova abordagem da forma como devem lidar com os novos media em posteriores conflitos”⁴⁰ (Willis, 2007: 128) nos quais estão presentes militares norte-americanos.

O primeiro exemplo da nova abordagem aconteceu em 1983, quando os EUA enviaram tropas para Granada, nas Caraíbas, vedando completamente o acesso à imprensa. Isto significa que a estratégia criada pelo Governo era simplesmente censória e de controlo total da informação, já que a única fonte de informação sobre os factos eram os relatórios oficiais do exército. Como expectável, a situação tornou-se insustentável, e a Administração foi alvo de críticas de vários sindicatos e associações de jornalistas. Foi desta forma que a Casa Branca decidiu *oficializar* novos tipos de abordagem com a imprensa, como o sistema de *pool system* e *embedding* que iremos desenvolver mais adiante – na Primeira Guerra do Golfo e nas denominadas guerras pós-11 de Setembro.

De facto, a relação entre *media* e política experimentada no Vietname desencadeou a urgência da regulação desta dicotomia. Tendo em conta o triângulo media-opinião pública-política, os conflitos posteriores desenrolaram-se nesta relação *exploratória* e, por vezes, conflituosa, já que os interesses são diferentes e muitas vezes opostos. Na relação de forças entre media e política, a actuação de qualquer um dos elementos está dependente da presença do outro, procurando utilizá-lo como instrumento de acordo com o seu objectivo (O’Hefferman, 1993: 196). Para McLaughlin (2002), a Guerra do Vietname teve pouca influência na forma como os media cobrem as

⁴⁰ “The lessons that future presidentes and militar commanders learned from the Vietnam experience helped from the framework of how they would deal with the news media in future U.S. militar engagements” (Willis, 2007: 128)

guerras actuais, porém moldou e influenciou o controlo político e militar dos media nos conflitos subsequentes, nomeadamente nas invasões norte-americanas de Granada e do Panamá e, mais tarde, na Primeira Guerra do Golfo, com repercussões ainda hoje.

2.2. O “Síndrome Vietname” na Primeira Guerra do Golfo

Após a experiência traumática da Guerra do Vietname (Knightley, 2004; McLaughlin, 2002), as guerras que os EUA travaram na década de 80 na América Central (Granada e Panamá) foram altamente bem sucedidas e eficazes no que respeita ao controlo militar sobre os media, porém falharam no seu relacionamento com os jornalistas, mantendo-os longe do campo de acção. A invasão de Granada, por exemplo, ocorreu em total clima de secretismo – nem mesmo o porta-voz da Casa Branca tinha conhecimento da operação militar e todos os jornalistas foram mantidos fora da ilha durante três dias (Knightley, 2004: 484). Se a Guerra do Vietname ficou conhecida como a “guerra não censurada” (*uncensored war*), a invasão de Granada ficou apelidada de “invasão sem cobertura mediática” (*uncovered invasion*). A 20 de Dezembro de 1989, 24 mil tropas norte-americanas invadiram o Panamá e, apesar de estar prevista a organização de uma *pool* de jornalistas que acompanhariam as operações militares, os primeiros relatos foram divulgados por jornalistas retidos num armazém sob vigilância das tropas. Posteriormente, o acesso foi totalmente negado.

De facto, em ambas as invasões na América Central, o Pentágono conseguiu controlar o fluxo de informação, porém o relacionamento com os jornalistas sofreu uma ruptura sem precedentes. Para Knightley, a invasão do Panamá pode ser vista como o último grande teste da estratégia militar em relação aos media que mudou para sempre a forma como as guerras iriam ser cobertas no Ocidente, e que teve todo o seu esplendor na Primeira Guerra do Golfo (2004: 485).

Os EUA começaram a preparação da maior operação militar norte-americana desde a Guerra do Vietname sob o olhar atento da opinião pública e das críticas dos correspondentes, mantidos longe da acção nas invasões na América Central. Aprendendo com as lições do passado recente e com o “síndrome Vietname” a relembrar a importância dos media na cobertura do conflito, o Pentágono montou um sistema de relações públicas dedicado exclusivamente aos correspondentes de guerra. Para Taylor, a Guerra do Golfo foi, em muitos aspectos, travada para “exorcizar os demónios” do Vietname (1997: 140). A 13 de Agosto de 1990, nove dias após a invasão

do Kuwait pelo Iraque, a equipa de relações públicas do exército norte-americano⁴¹ preparou uma sala de imprensa oficial e um estúdio de TV no International Hotel em Dhahran (Arábia Saudita) onde divulgava *briefings* diários com informação sobre o decurso da guerra e montou as “Media Response Teams”⁴² (McLaughlin, 2002), um sistema sofisticado de *news pools*, que consistia na organização em grupo de cerca de 50 jornalistas, previamente seleccionados e escoltados por militares para cobrir determinadas operações militares e para disponibilizar posteriormente informação aos colegas de todo o mundo que não tinham integrado a *pool*. Apesar de gradualmente o número de jornalistas integrados em *pools* ter subido para aproximadamente 200, representavam apenas uma fracção dos cerca de 1.500 repórteres estacionados em Riade e Dhahran (Knightley, 2004: 490, Taylor, 1997: 125). “Os postos de controlo militar sauditas tinham ordens de impedir qualquer jornalista de viajar em direcção à fronteira, a menos que se tivessem inscrito nos ‘grupos’ militares e aceitado a censura” (Fisk, 2009: 690).

A competição dos repórteres de guerra pela creditação na *pool* e as cisões criadas pelo próprio sistema puseram em causa a eficácia deste instrumento. Vários jornalistas, provenientes de meios de comunicação de menor dimensão, decidiram abrir um processo legal contra o Pentágono, alegando que o sistema de *pool* violava o direito à liberdade de expressão do Primeiro Aditamento à Constituição. Porém, não foram acompanhados pelos media *mainstream* que receavam retaliações por parte da Administração Bush, nomeadamente o barramento total do acesso dos media ao campo de batalha. Como refere Taylor (1997), de forma geral os jornalistas concordaram com o sistema de *pool*, na medida em que o acesso partilhado era melhor que a ausência total de acesso ao campo de batalha.

Diversos jornalistas decidiram não integrar as *pools* e optaram por permanecer no hotel na Arábia Saudita e estar presentes nos *briefings* diários onde o exército divulgava na prática o que gostaria que o público soubesse, evitando questões que preferia manter em segredo (Knightley, 2004: 491). Como resume McLaughlin (2002: 93), enquanto o sistema de *pools* mantinha os jornalistas afastados da acção real, os *briefings* oficiais mantinham a informação real longe dos jornalistas.

⁴¹ O Pentágono destacou uma equipa de seis relações públicas do exército para gerir os media durante o conflito

⁴² Na literatura que consultámos, constatámos que a sigla MRT tem dois tipos de designação que pretendem traduzir o mesmo. A título de exemplo McLaughlin (2002) designa por “Media Response Teams”, enquanto Taylor (1997) opta pela expressão “Military Reporting Teams”.

No artigo de opinião “Out of the Pool”, publicado na edição de Maio/Junho da revista *Mother Jones*, o jornalista Robert Fisk descreve o ambiente dos *briefings* diários disponibilizados pelo exército norte-americano em Dhahran:

“O estilo é informal, higienizado, ocasionalmente interrompido por um riso, enquanto, sob o olhar do mundo, os *briefers* aliados dizem aos repórteres como é que a guerra está a correr. Se vir televisão em casa, conhecerá bem as caras, mas assistir a este ritual extraordinário é provavelmente essencial para compreender o seu significado”⁴³

(Fisk, 1991: 57)

Também a jornalista Christiane Amanpour critica o sistema montado pelo Pentágono, não se revendo nas *pools*. Para a correspondente que esteve em conflitos como o da Jugoslávia, Somália e Médio Oriente, o desejo de controlo da imagem na Guerra do Golfo foi um desastre. “Nós [jornalistas] apresentámos a guerra como algo livre de riscos, livre de danos colaterais, como uma operação cirúrgica. Foi uma mentira. Não existem guerras livres de baixas civis” (Amanpour in Ferrari, 2003: 210).

Vários académicos (Andersen, 2006; Knightley, 2004; MacLaughlin, 2002, Taylor, 1992) e jornalistas, como Jon Alpert (*in* Borjesson, 2005), intitulam a Primeira Guerra do Golfo como o conflito do “Jogo de Vídeo”⁴⁴, alusivo aos *briefings* diários onde os repórteres estacionados na Arábia Saudita assistiam a vídeos que mostravam os ataques aéreos norte-americanos e as *smart bombs*, uma tecnologia que, segundo os militares, tinha 100 por cento de rigor no alvo a abater. Através dos vídeos disponibilizados aos jornalistas, o Pentágono pretendia passar a ideia de uma guerra limpa, sem danos colaterais. Graças aos avanços da tecnologia militar, era possível programar bombas para atingir determinado alvo com precisão. Além disso, graças à evolução das tecnologias de comunicação, era igualmente possível equipar as bombas com pequenas câmaras de filmar que permitiam aos jornalistas e, mais tarde, ao público verificar como essas bombas atingiam com rigor o seu objectivo. Porém, quando se precipitavam, a imagem desaparecia, o que impossibilitava ver o estrago provocado num plano terrestre (Taylor, 1997). Estas imagens, que remetem para o imaginário dos jogos de vídeo que começaram a surgir na mesma altura, davam a impressão que a

⁴³ “The style is informal, sanitized, occasionally infused with laughter, as, under the eyes of the world, the allied briefers tell reporters how the war is going on. If you watch television at your fireside, you will know the faces well, but attending this extraordinary ritual is probably essential to understand its meaning” (Fisk, 1991: 57)

⁴⁴ O próprio capítulo do livro de Knightley (2004) dedicado à Guerra do Golfo de 1993 intitula-se “The deadly video game” (pp. 483-500).

coligação atingia precisamente o seu alvo, distinguindo claramente zonas militares de zonas civis. No fundo, estas imagens procuravam explicar ao público que a guerra era contra Saddam Hussein e não contra o povo iraquiano. Durante o conflito, o sistema a dois níveis – de *pools* aliados a um ambiente de controlo da informação – foi criado para lidar com o Síndrome Vietnam, apresentando o inimigo como uma ameaça à democracia e à liberdade sem permitir que a brutalidade da guerra prejudicasse o apoio público nacional (Taylor, 1992).

De acordo com McLaughlin (2002), os jornalistas presentes nas conferências de imprensa não questionavam a veracidade dos vídeos: “A sua amnésia era provavelmente induzida pela directiva do General Schwarzkopf de que os *briefings* não eram os ‘disparates das cinco da tarde’ da Guerra do Vietname” (2002: 94). Apesar de a grande maioria dos jornalistas não questionar a informação veiculada pelo exército, existem alguns exemplos de repórteres que não se confinaram aos estúdios montados em hotéis na Arábia Saudita e decidiram fixar-se em Bagdade, como os repórteres Jon Alpert, inicialmente na NBC, Robert Fisk do britânico *The Independent*, Peter Arnett da CNN, John Simpson da BBC ou Brent Sandler da ITN. Porém, foram expulsos pelas autoridades iraquianas uma semana após o conflito começar, à excepção de Peter Arnett, graças ao produtor Robert Wiener que passou meses a construir relações de cooperação com membros do Governo iraquiano em Bagdade.

De acordo com Knightley (2004), Fisk (1991) e McLaughlin (2002), os militares apelidavam os jornalistas que não integravam as *pools* de “unilaterais”, pouco patrióticos e *freelancers* e desencorajavam-nos a viajar sozinhos, enquanto eram ostracizados pelos colegas que integravam as *pools*. Em meados de Fevereiro de 1991, mais de 20 jornalistas haviam sido detidos ou ameaçados de detenção pelos militares antes de serem enviados de volta para Dhahran.

Contrariamente ao que sucedeu durante a Guerra do Vietname, os correspondentes na primeira Guerra do Golfo que não aceitaram as “regras do jogo” arriscaram a própria vida de uma forma que “talvez não o fizessem se houvesse um acesso normal às operações”, defende Amanpour (2003: 211). Sobre esta questão, Arnett (2003) defende que os jornalistas não devem colocar a sua própria vida em risco quando os Estados Unidos estão envolvidos em grandes operações militares. Devem ser parte do sistema, à semelhança do que aconteceu na Guerra do Vietname. “No Vietname, apesar das críticas que fazíamos das intervenções militares, eles permitiam-nos ser parte do sistema”, alega Arnett (2003: 183).

O Síndrome Vietnam provocou, de facto, grandes alterações neste conflito. Num depoimento para a obra *Feet to the Fire* (Borjesson, 2005), Jon Alpert explica as dificuldades que os repórteres que optam por não integrar as *pools* atravessam para trabalhar de forma independente, nomeadamente na obtenção do visto para o Iraque⁴⁵ e na recolha de imagens da guerra. Para além da censura imposta pelo exército norte-americano, Jon Alpert deparou-se com a censura do lado iraquiano: “Os iraquianos têm as restrições e a censura à imprensa mais rigorosas que alguma vez havia experienciado”⁴⁶ (Alpert in Borjesson, 2005: 497). Para cada jornalista, em determinadas ocasiões, os iraquianos destacavam um acompanhante iraquiano (o *baby-sitter* segundo Alpert) que indicava ao repórter o que poderia filmar, quando deveria ligar/desligar a câmara, etc... Rapidamente Alpert e a sua equipa arranjam formas de contornar o controlo militar de ambos os lados, nomeadamente através de a utilização de várias câmaras, muitas delas pequenas e facilmente ocultáveis, e na dissimulação de cassetes dentro do calçado. De facto, o controlo da cobertura mediática da Guerra do Golfo não se confinou aos *briefings* e *pools* do lado norte-americano. Muitos dos correspondentes que se fixaram em Bagdade teriam de responder às táticas de gestão de informação iraquiana (McLaughlin, 2002). Apesar de diversos jornalistas lutarem pela independência face à linha oficial dos EUA na I Guerra do Golfo, diversos analistas demonstram-se cépticos em relação ao contributo dos denominados *freelancers* para uma melhor compreensão do conflito, na medida em que muitas vezes estavam fora da sincronia criada pela esmagadora unanimidade da linha oficial (Taylor, 1997).

Todos esses jornalistas sofreram ataques da Administração (Knightley, 2004) e até mesmo do público e de outros media norte-americanos (Andersen, 2006) por estarem a trabalhar do lado iraquiano. “Opor-se à guerra tornou-se o equivalente a não apoiar as tropas. Os media aderiram a este pressuposto de forma consistente”⁴⁷ (Andersen, 2006: 165). A atitude face a estes jornalistas endureceu quando, a 13 de Fevereiro, duas bombas foram lançadas num abrigo no bairro Ameriyya em Bagdade, matando cerca de 1.600 pessoas, a maioria das quais crianças e mulheres. As televisões, locais e a CNN, estavam lá e os aliados rapidamente defenderam que se tratava de um

⁴⁵ O Governo saudita não concedeu vistos de visitante ou turista, e era quase impossível obter um visto sem o patrocínio dos EUA (Andersen, 2006: 155).

⁴⁶ “The Iraqis had the most severe press restrictions and censorship that I had ever experienced” (Alpert in Borjesson, 2005: 497)

⁴⁷ “Opposing the war became the equivalent of not supporting the troops. The media adhered to that assumption consistently” (Andersen, 2006: 165)

bunker militar, um alvo legítimo, e se havia civis entre as vítimas era porque Saddam Hussein as tinha colocado naquela zona para que o número de vítimas fosse maior. As imagens de carnificina mostradas pelas televisões foram consideradas um ultraje, e os jornalistas foram apelidados de amigos dos terroristas, extravagantes, ridículos, hipócritas, animais, bárbaros não só pelo exército como também pelo público norte-americano. A principal razão para a reacção exaltada do Pentágono deveu-se à cobertura do bombardeamento norte-americano ameaçava a estratégia de propaganda militar, ou seja, o esforço criado neste conflito de forma a mudar a percepção pública sobre a guerra em si mesma e para convencer que a tecnologia militar havia eliminado a maior parte dos horrores da guerra.

Se a Guerra do Vietname foi considerada um ponto de viragem no relacionamento dos media com o esforço de guerra, a experiência no Iraque no início dos anos 90 foi igualmente um marco, desta vez, positivo para a Administração que, de forma geral, foi bem sucedida em mudar a percepção das pessoas não só no que diz respeito às operações militares, mas também na forma como é comunicada a própria condução do conflito (Knightley, 2004: 500). Taylor (1997: 126) defende que esta guerra ficou mais marcada pela cooperação entre militares e media do que pelo conflito em si mesmo. Esta visão é partilhada por Andersen (2006):

“Na [Operação] Tempestade no Deserto a questão das restrições de imprensa tornou-se o tema na cobertura da guerra. Contudo, os militares moldaram de forma bem sucedida o debate em torno das questões de segurança. Os direitos do Primeiro Aditamento e o papel do envolvimento democrático nas decisões da guerra foram raramente referidos”⁴⁸

(Andersen, 2006: 162)

Como vimos no Capítulo I, a CNN afirmou-se na década de 90 como um actor das relações internacionais, um contrapeso relativamente estável à linha oficial da Administração norte-americana. Para Andersen (2006: 185), a I Guerra do Golfo mudou a paisagem dos media norte-americanos e internacionais para sempre, com a CNN a afirmar-se como o canal global dominante. Se a Guerra do Vietname foi a primeira guerra televisionada, em 1991 a Guerra do Golfo foi o primeiro grande conflito televisionado em directo, porém com fortes restrições na recolha de imagens. Nas *pools*

⁴⁸ “In Desert Storm the issue of press restrictions did become a theme in the war coverage. However, the military successfully framed the debate around issues of security. First Amendment rights and the role of democratic involvement in deciding issues of war were rarely voiced” (Andersen, 2006: 162).

organizadas pelo exército, apesar dos equipamentos de comunicação modernos utilizados pelos jornalistas, existiam inúmeros problemas técnicos que impediam a reportagem em directo, no caso das televisões, e do envio de informações de última hora, via satélite, no caso da imprensa escrita. Taylor (1997) relembra que o gabinete de relações públicas dos EUA e do Reino Unido exigiam aos jornalistas que não utilizassem os telemóveis porque poderia radiar sinais para os iraquianos, facultando-lhes informações sobre as suas posições e, portanto, expondo-os ao inimigo. Por essa razão, apesar de as equipas de reportagem estarem equipadas para reportagem em directo, na maior parte das vezes ou não foi permitido pelos militares, ou foi criada uma narrativa, um pseudo-acontecimento para dar a sensação de guerra em directo.

A I Guerra do Golfo coincidiu com o momento de redefinição da CNN que, dado o mercado nacional altamente competitivo, optou por desenvolver uma rede internacional de recolha e disseminação de notícias. Em 1990, a cadeia televisiva norte-americana montou um sistema de fluxo e troca de informação capaz de fazer circular material de e entre diversos países, o que lhe permitiu ter uma presença, neste caso, no Iraque que outros canais concorrentes não conseguiram durante a Operação Tempestade no Deserto (Andersen, 2006). De facto, na preparação da operação militar, quando a Administração norte-americana aconselhou todos os jornalistas a sair do país, o jornalista da CNN Peter Arnett decidiu permanecer, contrariando o fluxo de informação de sentido único que o Pentágono estava a preparar.

No decurso da guerra, as reportagens de Peter Arnett tornavam-se cada vez mais incómodas para Washington à medida que relatava os danos colaterais das intervenções “cirúrgicas” dos americanos na cidade iraquiana. Em Janeiro de 1991, a Administração Bush defendia que Arnett estava a ser utilizado como ferramenta de propaganda do exército iraquiano e 34 membros do Congresso chegaram mesmo a contactar a direcção da CNN acusando Arnett de “jornalismo não-patriótico”.

Num depoimento para o livro *Reporting America at War*, Peter Arnett defende-se das críticas, afirmando que, além da informação facultada pelo Governo norte-americano, os correspondentes devem procurar fontes contrárias, tentar compreender a outra visão da história e relata a importância que os *media* podem ter na redefinição da estratégia militar:

“Durante a minha cobertura dos bombardeamentos de Bagdade e de outras cidades iraquianas, tornou-se claro para mim duas ou três semanas depois que os Estados Unidos

visavam o que chamavam de alvos militares civis, como pontes que não eram utilizadas para circulação militar. Eles bombardearam um *bunker*. O Pentágono disse que possivelmente era utilizado por oficiais; na realidade, foram mortas 350 mulheres e crianças. A cobertura deste bombardeamento forçou a Pentágono a reavaliar a sua presença no Iraque”⁴⁹

(Arnett, 2003: 185)

As notícias negativas divulgadas pela CNN e outros media a operar fora do circuito montado pelo Pentágono foram descritas como “propaganda do inimigo” que tinha como principal função “enfraquecer a nossa determinação”⁵⁰ (Andersen, 2006: 186). Diversos jornalistas que cobriam a guerra a partir de Bagdade – e sobretudo os media para quem trabalhavam – advertiam nas suas reportagens que tinham sido alvo de supervisão iraquiana. Também a CNN alertava para a censura iraquiana. Andersen (2006) dá o exemplo de uma história recolhida por Brent Sandler da ITN e transmitida pela CNN que é apresentada com a advertência “Esteja ciente que um funcionário iraquiano monitorou-o”⁵¹ (Andersen, 2006: 187). O próprio jornalista inicia a sua peça com essa ressalva. Porém, denota-se uma dualidade no tratamento da informação recolhida em ambos os lados, na medida em quando se tratava de informação facultada por fontes oficiais norte-americanas ou sob condições de supervisionamento norte-americano, essa advertência estava ausente na reportagem.

Apesar de o fluxo de informação de 24 horas da CNN, o canal não ofereceu uma cobertura profunda da I Guerra do Golfo, defende Andersen (2006). A grande maioria do tempo de antena era preenchido com a perspectiva militar do conflito, nomeadamente com os detalhes das actividades do teatro de operações e análises prospectivas sobre as próximas batalhas em solo iraquiano. Diversos autores criticam a ausência de debate e de confrontação de várias perspectivas sobre este conflito que ajudasse a criar um consenso informado no público norte-americano e, de acordo com Andersen (2006), a CNN não foi excepção, apresentando o mundo ao mundo, porém através de um prisma altamente filtrado por uma lente norte-americana.

⁴⁹ “During my coverage of the bombing of Baghdad and the other cities of Iraq, it became clear to me after two or three weeks that the United States was going after what they call civil military targets, like bridges that weren’t used by military traffic. They bombed a bunker. The Pentagon said it was possibly used by senior officials; actually, there were 350 women and children killed” (Arnett *in* Ferrari, 2003: 185)

⁵⁰ “Weaken our resolve” (Andersen, 2006: 186)

⁵¹ “Keep in mind an Iraqi official monitored him” (Andersen, 2006: 187)

Através de a leitura de depoimentos de diversos jornalistas que cobriram a I Guerra do Golfo, bem como da extensa literatura que existe sobre o conflito, constatamos que foi uma guerra que marcou uma nova abordagem de relacionamento entre militares e jornalistas. No final do conflito o Pentágono demonstrou-se optimista com o resultado da cobertura mediática em geral, com o assistente do Secretário de Defesa Peter Williams a celebrar “a melhor cobertura de guerra de todos os tempos” (McLaughlin, 2002: 89). As restrições impostas pela Administração norte-americana, através de o Pentágono, bem como a própria relutância dos jornalistas em não compactuar com a censura no terreno, fez com que a I Guerra do Golfo reunisse, de forma geral, consenso, sendo posteriormente criticada pela ausência de diferentes perspectivas e pela postura acrítica dos media.

Como ficou claro desde o início, a representação desta guerra como “vitória total” tinha como principal desígnio eliminar o espectro criado pela Guerra do Vietname – o Síndrome Vietname – que desde a década de 70 pairava sobre a Casa Branca e o Pentágono. A 2 de Março de 1991, o *New York Times* citava o presidente dizendo “Graças a Deus, corremos com o Síndrome Vietname de uma vez por todas”⁵² (*apud* Andersen, 2006: 167). Porém, a reacção dos media, mais uma vez, não foi entusiástica e em posteriores conflitos continuou a debater-se pela independência, pela liberdade de expressão e por uma imprensa livre, resistindo mesmo ao apelo patriótico do pós-11 de Setembro.

2.3 O 11 de Setembro: Mudança de Paradigma no Jornalismo Norte-Americano e no Panorama Mediático Global

Diversos autores (Burke, 2011; Knightley, 2011; McChesney, 2011; Waisbord, 2011) são unânimes em considerar que o impacto dos ataques do 11 de Setembro de 2001 nos EUA foi inevitavelmente ampliado pela sua imprevisibilidade. De facto, os atentados em Nova Iorque, Washington e na Pensilvânia derrubaram a ideia dos EUA como *fortaleza*, uma convicção de que dois oceanos e uma vasta rede militar protegia os EUA continental de qualquer ameaça estrangeira. É preciso recuar até ao século XIX, mais precisamente à Guerra de 1812, para encontrar o último episódio de um invasor em território norte-americano. Desde a II Guerra Mundial que o sentimento de

⁵² “By God, we’ve kicked the Vietnam syndrome once and for all” (*apud* Andersen, 2006: 167).

invulnerabilidade geográfica era central na política externa norte-americana. O ataque japonês a Pearl Harbor⁵³ permanecia na memória dos norte-americanos como o último momento de vulnerabilidade, a que diversos autores e jornalistas acrescentam a Ofensiva de Tet (Arnett, 2003; Knightley, 2004), ambos distantes geograficamente. Arnett (2003) chega mesmo a comparar o ataque ao World Trade Center à Ofensiva de Tet:

“O ataque ao World Trade Center foi semelhante à Ofensiva de Tet de muitas formas. Saigão era a capital da Guerra do Vietname, Nova Iorque é a capital mediática dos Estados Unidos e praticamente do mundo. Todos os jornalistas naquele dia em Nova Iorque se sentiram pessoalmente ameaçados por aquele ataque, e tudo o que têm feito desde então reflecte esse sentimento”⁵⁴

(Arnett, 2003: 187)

A percepção norte-americana era a de que o nível de segurança nacional era o reverso de um mundo fora do controlo que os media constantemente mostravam. A insegurança era característica do Outro, no sentido em que pertencia a outras sociedades e estava excluída do sentido nacional dos EUA (Andersen, 2007; Waisbord, 2011). De facto, os media norte-americanos, ao longo dos últimos anos, tinham alertado a população norte-americana para todo o tipo de medos e ameaças, porém falharam na antecipação de um possível ataque terrorista em solo norte-americano. Em retrospectiva, os avisos do colunista do *New York Times* Thomas Friedman sobre os perigos do terrorismo destacam-se pelo seu carácter excepcional.

Um estudo elaborado pelo PEJ – *Project for Excellence in Journalism* (2001) dois meses depois dos atentados revela que houve uma mudança “colossal” nas notícias televisivas nos EUA. As *soft news*, como são conhecidas as notícias sobre celebridades, *fait divers* e *lifestyle*, foram substituídas por *hard news* de política internacional. Nas notícias da manhã, as peças jornalísticas sobre o Governo, os militares e outros assuntos nacionais e internacionais, que praticamente haviam desaparecido da antena, aumentaram cerca de sete vezes. À noite, a edição de notícias regressou a uma agenda

⁵³ Após os atentados, as revistas noticiosas *Time* e *Newsweek* compararam o 11 de Setembro ao ataque de Pearl Harbor. Na edição pós-11 de Setembro, a *Time* chegou mesmo a utilizar excertos do editorial de 1941 escrito sobre o bombardeamento.

⁵⁴ “The attack on the World Trade Center was similar to the Tet Offensive in many ways. Saigon was the capital of the Vietnam War, New York is the media capital of the United States and basically of the world. Every journalist in New York that day felt personally threatened by that attack, and all that they’ve done since reflects that” (Arnett, 2003: 187)

mais próxima dos anos 70, caracterizada pelas notícias sobre política internacional centradas no clima de Guerra Fria, que da década de 90, marcada pelo jornalismo sensacionalista e de tabloide (PEJ, 2001).

2.3.1 A excepcionalidade do 11 de Setembro e a resposta patriótica dos media norte-americanos

Andersen (2007) destaca o carácter excepcional dos atentados do 11 de Setembro que desencadearam uma resposta emocional transversal a todo o país – da Administração aos cidadãos, passando naturalmente pelos media. De acordo com uma sondagem à opinião pública realizada nos dias seguintes aos ataques, a aprovação popular do trabalho levado a cabo pela Administração Bush subiu de 51% no fim-de-semana antes do 11 de Setembro para 86% nos dias 14 e 15 de Setembro de 2001 (Gallup, 2001). Tratou-se da subida mais rápida da história das sondagens da Gallup e está apenas a 3 pontos percentuais da maior aprovação (não mencionada no estudo) registada pela mesma empresa. De facto, tratou-se de um acontecimento que, até então, era distante do quotidiano dos EUA, uma tragédia inédita que os norte-americanos estavam habituados a ver apenas através de os media, em lugares remotos cultural e geograficamente. De acordo com a mesma sondagem, uma grande parte dos norte-americanos consideraram estar imediatamente em guerra após os atentados e consumiam notícias sobre o tema mais atentamente do que qualquer outra notícia. Apoiavam fortemente uma acção militar norte-americana como represália dos ataques, ainda que demorasse anos, envolvesse tropas no terreno e, provavelmente, baixas norte-americanas, além de poder ter uma efeito negativo para a economia do país (Gallup, 2001).

No que diz respeito aos media, diversos autores (Knighlley, 2011; McChesney, 2011; Waisbord, 2011) reiteram a ideia de que jornalistas, editores e proprietários de órgãos de comunicação social ficaram impregnados no espírito patriótico que se gerou após o 11 de Setembro dada a dimensão e excepcionalidade do evento. Waisbord (2011) chega mesmo a afirmar que o jornalismo foi um mobilizador da identidade nacional que activamente contribuiu para a atmosfera patriótica. Mais do que transmitir o horror e documentar a tragédia sem tomar partido, o jornalismo tornou-se “norte-americano”, construindo e reforçando a identidade nacional após os ataques. Rosen (2011:42)

considera que, a partir daquele momento, “trabalhar como jornalista tornou-se uma forma específica de ser patriota: primeiro norte-americano, depois profissional”⁵⁵.

De acordo com Waisbord (2011), o patriotismo pós-11 de Setembro confirma o adágio que os media quer serem amados, mais do que credibilizados. Após várias décadas a serem criticados e mal posicionados em sondagens públicas, os media norte-americanos conheceram um novo fôlego com a sua postura perante o 11 de Setembro. Uma sondagem realizada em Novembro de 2011 – dois meses após os atentados – pelo *Pew Research Center* demonstra que o público norte-americano tem uma visão mais favorável do papel dos media na sociedade. Enquanto 43% considerava que os media apoiavam a política e ajudavam a erguer a moral dos EUA antes dos atentados, 69% pensava isso no rescaldo do atentado; também dos 46% de inquiridos que acreditavam que os media tinham como função proteger a democracia, passaram para os 60% no pós-11 de Setembro (*Pew Research Center*, 2001).

Waisbord (2011) defende, portanto, que o jornalismo propagou o patriotismo para consolidar as suas credenciais profissionais e se afirmar como membro fiel e integrado dentro da comunidade nacional. O patriotismo na cobertura mediática apoiou as políticas da Administração Bush para a quase imediata invasão do Afeganistão e na preparação Guerra do Iraque em 2003. E toda esta conjuntura favorável facultou uma legitimidade discursiva à visão de “nação em risco” e de Guerra ao Terrorismo da Administração Bush.

Sobre esta questão parece-nos premente recuperar a estratificação do jornalismo em três esferas, elaborado por Daniel Hallin (1986) que a aplicou à cobertura mediática dos EUA na Guerra do Vietname: 1) a “esfera do consenso” em que os jornalistas invocam deliberada e conscientemente um *nós* e partilham valores; 2) a “esfera da controvérsia legitimada” na qual o jornalismo surge comprometido com a objectividade, dentro de uma esfera em que os jornalistas procuram uma visão equilibrada e objectiva, embora já legitimada pelas elites; 3) a “esfera do desvio”, na qual os jornalistas partem de uma lógica de cobertura objectiva e se sentem autorizados a marginalizar, expor ou condenar determinados grupos considerados ilegítimos pelos diferentes sectores da sociedade (Hallin, 1986: 117). Das diversas leituras realizadas sobre o comportamento dos media no pós-11 de Setembro, somos levados a considerar que a cobertura

⁵⁵ “Working as a journalist became a specific way of being a patriot: an American first, a professional after that” (Rosen, 2011: 42)

mediática se posicionou na esfera do consenso, uma visão também partilhada por Schudson (2011):

“Após o 11 de Setembro os jornalistas foram impelidos para uma esfera de consenso. Nem a objectividade deferente nem profissionalismo duro, assertivo, modos apropriados para cobrir controvérsias legítimas, pareciam adequados ao momento. O jornalismo como um instrumento de informação e análise sobre assuntos públicos não parecia suficiente”⁵⁶

(Schudson, 2011: 48)

A adopção da esfera de consenso é provocada em três ocasiões em que os jornalistas abandonam instintiva e voluntariamente o esforço de cobrir os acontecimentos de forma neutra: 1) momentos de tragédia; 2) momentos de perigo público; 3) ameaças à segurança nacional. Uma análise retrospectiva leva-nos a considerar que o 11 de Setembro reuniu estas três condições. Como reitera Schudson (2011), em situações de tragédia, perigo público ou ameaças à segurança nacional não existem dois lados – *estamos* todos juntos nisto, e por isso o tom da cobertura norte-americana após os ataques era mais de solidariedade que informação.

Nos dias que se seguiram à tragédia, e após a constatação de que milhares de pessoas haviam morrido nos diversos ataques, os jornalistas não cumpriram a sua função de compreender o que tinha acabado de acontecer e mapear os próximos passos, consideram Knightley (2011) e Waisbord (2011). Ao invés, verificou-se uma ausência de questionamento e um alinhamento com a narrativa oficial da Administração. No primeiro discurso à nação George W. Bush anunciou: “Ou estão connosco, ou com os terroristas”⁵⁷ (Bush, 2001), um discurso onde o Presidente norte-americano marcou uma linha divisória entre o bem e o mal, a civilização e o terrorismo que ameaçara a *nossa* forma de vida. Este discurso, bem como outras afirmações da Administração, viria a inviabilizar o debate e a colocar os media norte-americanos em sintonia com a linha oficial (Andersen, 2007). Visões divergentes eram entendidas como uma ausência de patriotismo. De acordo com Knightley (2011), qualquer pessoa que questionasse a política do Governo corria o risco de ser apelidada de traidora e, portanto, os media,

⁵⁶ “After september 11, journalists felt thrust into the sphere of consensus. Neither deferential objectivity nor tough, assertive professionalism, modes appropriate to covering legitimate controversies, seemed adequate to the moment. Journalism as an instrument of providing information and analysis of public affairs did not seem enough” (Schudson, 2011: 48)

⁵⁷ “Either you are with us, or you are with the terrorists” (Bush, 2001)

bem como os norte-americanos em geral adoptaram a visão *mainstream* dos acontecimentos. A linha oficial fazia a seguinte interpretação do que acabara de acontecer: uma nação benevolente, democrática e amante da paz foi brutalmente atacada por terroristas loucos que odeiam os EUA pela sua liberdade e pela sua forma de vida e devem ser punidos (Knitghley, 2011: 335; McChesney, 2011: 106).

Neste contexto, a cultura da guerra e os ícones de heroísmo começaram a ser mobilizados e redesenhados para aquilo que viria a representar a nova guerra dos Estados Unidos, desta vez contra o terrorismo. “Com tantas possibilidades para acção e reavaliação, os media e os seus porta-vozes direccionaram imediatamente a resposta emocional do país para a retribuição, apresentando a guerra como inevitável”⁵⁸ (Andersen, 2007: 201). Para McChesney (2011), o mais impressionante no imediato pós-11 de Setembro é que o debate sobre a entrada em guerra ou como melhor responder aos ataques não existiu. “Ficou presumido, quase no momento em que a torre Sul do World Trade Center colapsou, que os Estados Unidos estavam em guerra, uma guerra mundial”⁵⁹ (McChesney, 2011: 106). A CNN, por exemplo, colocou em rodapé “America's New War” e a revista *Time*, a 24 de Setembro, colocava como título da peça principal uma citação de George W. Bush “We’re at War”.

O excesso de patriotismo da maior parte dos media norte-americanos excluiu-os da sua função de questionamento e da possibilidade de pôr em causa a administração Bush nos meses seguintes aos atentados. A ausência notória de reportagem de investigação sobre o motivo destes atentados ou de quem deveria arcar com a responsabilidade dos ataques foi um sintoma dos limites do debate público. Toldados pelo patriotismo, foi mais fácil culpá-los (o Outro, nomeadamente os terroristas que actuam em nome do Islão⁶⁰), que questionar retrospectivamente por que é que este nível de violência atingiu os Estados Unidos ou por que é que o país falhou na protecção dos seus cidadãos (Waisbord, 2011).

Também Lisa Finnegan (2007), autora do livro sobre o jornalismo pós-11 de Setembro com o sugestivo e provocatório título *No Questions Asked*, considera que, ao contrário do que seria expectável, os jornalistas norte-americanos não questionaram o

⁵⁸ “With so many possibilities for action and reassessment, the media and their spokespeople immediately directed the country’s emotional response toward retribution, presenting war as inevitable” (Andersen, 2007: 201)

⁵⁹ “It was presumed, almost from the moment South Tower of the World Trade Center collapsed, that the United States was at war, world war” (McChesney, 2011: 106)

⁶⁰ Pinto (2008) recorda, porém, que nos discursos proferidos após os atentados George W. Bush procurava fazer afirmações conciliadores com o Islão, apesar de os *hawks* norte-americanos defenderem que a chamada Guerra ao Terrorismo não se coadunava com tais afirmações.

suficiente, aceitando passivamente e promovendo os pontos de vista da Administração. Para Walter C. Dean⁶¹ (2011), houve uma ausência de debate público, e a própria comunidade jornalística não conseguiu lançar o debate, devido ao seu estado de debilidade e “timidez”. Em simultâneo à *inércia* do jornalismo, a Administração Bush e o Departamento de Defesa traçavam as linhas gerais do relacionamento dos jornalistas com o Pentágono em conflitos futuros. No debate interno que se seguiu sobre a forma emocional como os media deveriam lidar com a Guerra ao Terrorismo, vários jornalistas defendiam que se limitavam a relatar o que a Administração dizia sobre esta questão. “Os jornalistas dizem que não são responsáveis pelo apoio público ou pela rejeição de uma política. O facto é que ajudam a determinar como é que uma dada política é percebida pelo público e são – quer gostem ou não – parte do processo político”⁶² (Finnegan, 2007: xviii).

Andersen (2007) critica particularmente a ausência da multiplicidade de vozes que poderiam contribuir para a compreensão dos acontecimentos. Vozes dissidentes como Susan Sontag, Bill Maher e Noam Chomsky tiveram pouca repercussão nos media nas semanas seguintes ao 11 de Setembro. As universidades, a internet e a imprensa estrangeira surgiram então como espaços de debate e informação alternativos aos media norte-americanos demasiado próximos e embrenhados no espírito patriótico do país. Porém, duas semanas após os ataques começaram a surgir na imprensa dos EUA as primeiras reacções à ausência de vozes alternativas e ao espírito patriótico desencadeado pelos ataques. A 28 de Setembro de 2001 o *New York Times* publica um extenso artigo de primeira página, intitulado “In patriotic time, dissent is muted” (Carter e Barringer, 2001), precisamente sobre as vozes e visões dissidentes silenciadas nos primeiros dias pós-11 de Setembro. A reportagem dá vários exemplos de vozes dissonantes à linha oficial e que foram alvos de ataques não só da Administração, mas também da própria população norte-americana que as considerou “insensíveis” face à tragédia. Demonstra ainda que a Administração Bush criticou fortemente diversos

⁶¹ Notas recolhidas pela autora durante a conferência “O atentado visto pelos media e pela opinião pública”, a 7 de Junho de 2011, organizada pela Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento. Walter C. Dean, que participou na conferência com uma comunicação sobre as mudanças no jornalismo norte-americano pós-11 de Setembro, é director da *Committee of Concerned Journalists*.

⁶² “American journalists claim they are not responsible for public support or rejection of a policy. The fact is they help determine how a policy is perceived by the public and are – whether they like it or not – part of the political process” (Finnegan, 2007: xviii).

media que procuraram cobrir o outro lado da história, nomeadamente a *Voice of America* que entrevistou dias depois o líder da Al Qaeda, Mullah Mohammad Omar⁶³.

De acordo com Finnegan, diversos factores contribuíram para o exercício de autocensura que alguns media aplicaram, nomeadamente o medo de ataques pessoais a quem apresentasse pontos de vista diferentes e censura (do Governo e dos próprios media). E, sem uma imprensa vigilante, recorda Finnegan (2007), o Governo prospera e a democracia sofre.

Uma década após o 11 de Setembro e olhando retrospectivamente para o comportamento dos media norte-americanos⁶⁴, vários autores (Schudson, 2011; Waisbord, 2011) consideram que os media assumem uma postura diferente àquela cristalizada nos primeiros meses após os ataques. Actualmente, o “agitar da bandeira” é menos ostensivo nos media *mainstream*, salvo raras excepções. A já longa presença nas Guerras do Iraque e do Afeganistão fez surgir nos media a pluralidade de vozes que não estão de acordo com as políticas implementadas pela Administração Bush e perpetuadas pela Administração Obama. Como refere Schudson (2011), o jornalismo “evangelizador” não pode ser sustentado por muito tempo. Nos primeiros momentos de crise, procura reconfortar e não apenas informar, procura falar *com* e *para* um público unido pela dor e pelo luto. Porém, com o passar dos anos, como se de um mercado se tratasse (ver Capítulo I), os media devem cumprir a sua função de ágora de opiniões, de informação e análise, explorando muitas vezes questões onde existe um vazio político (ausência de estratégia militar; má gestão ou decisão sobre determinada operação, entre outros exemplos; aumento significativo de insurgência).

Apesar dos pontos de vista divergentes começarem a surgir ao longo da década nas notícias, o patriotismo *hawkish* que foi impregnado no jornalismo *mainstream* após

⁶³ O Departamento de Estado dos EUA chegou mesmo a aconselhar a *Voice of America* a não transmitir a entrevista, com o argumento de que o órgão pago pelos contribuintes norte-americanos não deveria dar voz aos *taliban*.

⁶⁴ À distância dos acontecimentos é possível identificar três reacções distintas ao 11 de Setembro: a norte-americana, a do resto do mundo e dos media árabes. Para Knightley (2011), a reacção norte-americana foi, num primeiro momento, compreensível, dada a dimensão dos ataques e as suas repercussões, porém as outras foram confusas e há lições a retirar. Os media muçulmanos concentraram-se numa análise política, facultando pouco tempo e espaço a testemunhos de dor e sofrimento dos cidadãos norte-americanos, o que, a nosso ver, foi uma reacção oposta aos media norte-americanos que nos dias seguintes aos atentados dedicavam suplementos nos jornais e tempos de antena àqueles que perderam a vida nos atentados e às histórias das suas famílias – dando rosto à tragédia. Ao invés, os media do universo árabe focaram a sua atenção na credibilidade dos EUA como superpotência, lançando dúvidas sobre a sua capacidade de autodefesa e enfatizando o facto de os EUA terem, por momentos, colapsado perante o mundo inteiro. Enquanto isso, os restantes países ocidentais adoptaram uma abordagem mais equilibrada e distanciada, com diversos media a procurar analisar e compreender os motivos dos atacantes (Knightley, 2011: 336).

o 11 de Setembro continua a exercer influência na cobertura noticiosa (Waisbord, 2011). Porém, noções alternativas de patriotismo que promovem o respeito pelos direitos constitucionais e pela tolerância cultural como ideias centrais têm desafiado essas noções mais agressivas de política externa.

Apesar das mudanças significativas ao longo dos últimos anos, os media continuam a dar destaque proeminente a fontes oficiais, o que se traduz numa cobertura mediática de temas relacionados com a agenda oficial. Se inicialmente os media não apenas informaram como consolaram, não apenas fizeram o público pensar como o emocionaram (Schudson, 2011), num segundo momento Waisbord (2011) sugeria aos media:

“Distanciar-se do poder, estimular o pensamento crítico e dar a conhecer definições alternativas de nação e de risco são imperativos, particularmente quando jornalistas e uma larga porção do público se tornam fascinados com o patriotismo *hawkish*”⁶⁵

(Waisbord, 2011: 289)

Para McChesney (2011), ainda hoje, o ponto fraco da cobertura mediática tem a ver com o contexto estrutural do jornalismo nos EUA, já que ao longo das últimas décadas os media se têm consolidado nas mãos de um pequeno grupo de empresas mediáticas, dentro das quais o jornalismo ocupa uma pequena percentagem das suas receitas e lucros. Este *handicap* aliado a uma má lógica comercial do jornalismo nos últimos anos provocou uma diminuição do número de correspondentes e da cobertura de política internacional. Como relembra Walter C. Dean (2011), os ataques seguiram-se a um período em que os media estavam a reduzir as suas delegações no estrangeiro e a dar menos destaque à cobertura de política internacional.

Christiane Amanpour (2003) tem uma visão diferente, nomeadamente do contributo do 11 de Setembro para o jornalismo norte-americano. Na visão da jornalista, o atentado despertou o interesse da sociedade norte-americana pela política externa do seu país, dando um “novo fôlego” no relacionamento nem sempre pacífico ou convergente entre política/media/sociedade. Para Amanpour, não só os jornalistas como também o negócio dos media redefiniu as suas prioridades, facultando mais espaço à informação de política externa. “Os homens de negócios, os patrões que dirigem as

⁶⁵ “Taking distance from power, stimulating critical thinking, and relying on alternative definitions of nation and risk are imperative, particularly when newsmakers and large portions of the public become spellbound by hawkish patriotism” (Waisbord, 2011: 289)

nossas organizações, no fundo quem decide, (...) consideram que os americanos não precisam de notícias internacionais (...) mas agora as pessoas querem saber o que está a acontecer”⁶⁶ (Amanpour, 2003: 215).

De facto, um estudo encomendado pelo *Project for Excellence in Journalism* em 2006 a Andrew Tyndall, que analisou os quatro anos de noticiários antes dos atentados e os quatro anos seguintes, revelou que a cobertura de política externa aumentara 102%, enquanto o terrorismo sofreu um aumento de 135% e os conflitos armados 69%. Em simultâneo, verificou-se um declínio muito acentuado de notícias sobre temas internos.

Existem já algumas pistas que nos permitem identificar determinadas mudanças no jornalismo norte-americano, nomeadamente na atenção mediática dada à política internacional e aos conflitos ainda em curso no Afeganistão e Iraque. Porém, é difícil afirmar que se assistiu a uma mudança estrutural do jornalismo. A maior parte da mudança para *hard news* centra-se fundamentalmente num tema: a Guerra ao Terrorismo, não sendo uma cobertura ampla e diversificada de política internacional. O conhecimento do mundo do público norte-americano continua a estar muito focado em questões ou locais onde existe presença ou interesses norte-americanos. Por exemplo, notícias sobre África subsariana são praticamente inexistentes na imprensa dos EUA.

Além disso, como defende Walter C. Dean (2011), os norte-americanos continuam a dar primazia a notícias de segurança local (para todos os efeitos, o 11 de Setembro foi, em primeiro lugar, uma questão de segurança interna), secundarizando notícias sobre o mundo global. Para o jornalista, o 11 de Setembro poderá ter modificado os EUA, mas não contribuiu grandemente para modificar o jornalismo norte-americano.

2.3.2 A emergência da *Al Jazeera* como fim da hegemonia mediática ocidental

Outra das consequências do 11 de Setembro, pelo menos em parte, foi a emergência da *Al Jazeera* como cadeia televisiva global que constituiu um marco no fim da hegemonia mediática ocidental. Até 1996, a cobertura mediática dos países árabes a nível internacional era feita por canais de informação como a BBC ou a CNN, com uma abordagem e perspectiva ocidental dos acontecimentos, embora muitas vezes

⁶⁶ “the businesspeople, the bosses we are in charge of our organizations, who have decided (...), that Americans don’t need to know about international news (...) but now people want to know what is going on” (Amanpour in Ferrari, 2003: 215)

não de forma intencional. O surgimento da televisão por satélite *Al Jazeera* (“A Ilha” em árabe), em Novembro de 1996 no Qatar, após a cisão da parceria entre o Governo saudita e a BBC em árabe⁶⁷, veio revolucionar o panorama dos media não só no Médio Oriente, como a nível global, ao descentralizar o monopólio que os meios de comunicação estatais tinham na informação e ao mostrar ao mundo a perspectiva árabe dos acontecimentos globais.

De facto, o novo canal foi responsável pela criação de um novo ambiente político vibrante, um espaço de discussão que veio liberalizar o discurso mediático no mundo árabe, causando um impacto positivo no debate político. Este impacto, descrito como *Al Jazeera Effect*⁶⁸, refere-se ao papel que a *Al Jazeera* desempenhou (e continua a desempenhar) como fórum de debate sem precedentes no mundo árabe, contribuindo para a criação de uma nova cultura política pluralista e funcionando também como substituto do “défice democrático” que caracteriza o mundo árabe (El-Nawawy e Powers, 2008).

Chefes de Estado, elites políticas, analistas e *think tanks* reconhecem o poder que a nova cadeia televisiva exerceu sobre a opinião pública nos diversos países onde inicialmente operava⁶⁹. A título de exemplo, em 2000, quando o então presidente egípcio, Hosni Mubarak, visitou a sede da *Al Jazeera* no Qatar, demonstrou-se atónito e terá comentado “Todo este ruído vem de uma pequena caixa de fósforos?” (Albuquerque, 2011). A margem de liberdade é tal que nenhum Governo árabe está imune à crítica em directo. Segundo Da Lage (2005: 55), a única excepção é provavelmente o Qatar, o país de acolhimento da estação, cuja cobertura dos assuntos internos é muito reduzida.

⁶⁷ O fim do contrato resultou de uma série de conflitos entre o Governo saudita e a BBC no que diz respeito às políticas editoriais. Foi tornado público que os investidores sauditas decidiram deixar de financiar o projecto após uma acesa discussão acerca de a transmissão de um documentário sobre execuções na Arábia Saudita. A maior parte da equipa do serviço televisivo da BBC árabe foi recrutada pela *Al Jazeera* que acabou por herdar o espírito editorial da anterior estação. De acordo com El-Nawawy e Powers (2008), o sucesso da nova estação reside no facto de a equipa ter recebido formação jornalística num ambiente ocidental e, em simultâneo, estar familiarizada com o atmosfera política do mundo árabe.

⁶⁸ Que nos remete para o *CNN Effect* (Capítulo I) que defende que a cadeia televisiva norte-americana teve um papel preponderante na condução de diversos eventos internacionais, assumindo-se como um verdadeiro novo actor nas relações internacionais.

⁶⁹ Está ainda por fazer uma análise distanciada do contributo da *Al Jazeera* no desenrolar das revoluções árabes iniciadas em 2010 na Tunísia, porém o seu papel não pode ser menosprezado – transmite em directo diariamente para mais de 220 milhões de pessoas em mais de 100 países. Em diversas praças das revoluções, manifestantes exibiam cartazes com referências à *Al Jazeera* (bem como ao *Facebook*, por exemplo).

Em 2006, com o nascimento da edição em inglês do canal – a *Al Jazeera English* (AJE) – pretendeu afirmar-se como um fórum de comunicação *transcultural*. De acordo com os seus proponentes, a AJE apresentava-se como uma oportunidade única para a criação de um novo discurso mediático a nível mundial. Sob o lema “a voz do Sul”, a AJE colocou-se no mercado como um meio através de o qual as pessoas sem voz (*voiceless*), ou seja, aqueles que tradicionalmente têm menos acesso aos *fora* de discussão mediáticos, pudessem fazer ouvir a sua voz (El-Nawawy e Powers, 2008). As notícias e os *talk shows* do canal pan-arabista tornaram-se conhecidos a nível mundial pelas suas críticas aos governos despóticos no interior do mundo árabe, bem como da política externa norte-americana no Afeganistão, Iraque e Palestina, por exemplo.

Para El-Nawawy e Powers (2008), a AJE surge como uma *anomia* no panorama mediático mundial, sendo um “media conciliador” que não é dominado por interesses políticos ou comerciais. Porém, informações recentes reveladas pela Wikileaks⁷⁰ demonstram que a *Al Jazeera* poderá ter sido utilizada pelo Governo qatari como instrumento da sua política externa em negociações, por exemplo, com os EUA, além de os próprios EUA terem procurado silenciar determinados conteúdos “perturbadores” do site da estação. Um dos documentos refere que o senador John Kerry sugeriu ao Governo do Qatar, durante uma visita ao país, que a *Al Jazeera* fosse parte integrante do diálogo bilateral para a melhoria das relações entre os dois países (Chatriwala, 2011).

O surgimento da *Al Jazeera* nos ecrãs ocidentais foi visto como uma afronta, particularmente nos EUA, não só pelas aparições de Osama Bin Laden, como também por estar a fazer reportagem sobre um *nós* ocidental, o que significa que o mundo ocidental passou assim a ser o *Outro deles*. Por diversas vezes a administração norte-americana demonstrou a sua indignação face à cobertura da *Al Jazeera* (inglesa e árabe) da chamada Guerra ao Terrorismo, particularmente no que diz respeito à guerra do Afeganistão (Da Lage, 2005: 60), como teremos oportunidade de analisar mais adiante.

Relativamente a este novo paradigma de comunicação global, importa fazer uma reflexão sobre o papel do jornalismo em guerra, adoptando aqui a hipótese do “choque de civilizações”. Os media informam indo ao encontro das expectativas culturais e políticas do seu público e contextualizando os eventos internacionais, na medida em que

⁷⁰ Wikileaks é uma organização sediada na Suécia que publica na sua página oficial milhares de despachos e documentos com informações confidenciais e classificadas de correio diplomático, de Governos, de empresas, etc.. Muitas das informações são consideradas sensíveis e segredos de Estado. Página oficial em <http://wikileaks.org/>

estão inseridos numa determinada sociedade, mesmo os media que se assumem como globais e editorialmente imunes a qualquer tipo de pressão. Segundo El-Nawawy e Powers (2008), esta realidade foi bem visível em 2003 aquando de o início da guerra no Iraque: os media britânicos e norte-americanos presentes no terreno adoptaram uma narrativa de segurança nacional para justificar a necessidade da invasão de Bagdade, enquanto os árabes contextualizaram a invasão numa lógica de imperialismo ocidental e neocolonialismo.

Pesquisas recentes consideram que os media continuam a cobrir a guerra numa lógica de enquadramento nacional dominante, ou seja, de acordo com o discurso público dominante. “Todos os media se desviam do padrão de objectividade enquadrando os factos de uma determinada situação de forma socialmente aceite e esperada pelo seu público”⁷¹ (El-Nawawy e Powers, 2008: 14).

Em tempo de guerra este padrão pode tornar-se mais evidente, construindo narrativas ideologicamente alinhadas que reforçam as atitudes e opiniões do seu grupo-alvo primário, seja nacional, regional ou mesmo cultural. Como resultado, El-Nawawy e Powers (2008) consideram que assistimos actualmente a um choque de civilizações como arguiu Samuel Huntington num célebre artigo na *Foreign Affairs* em 1993. É neste contexto que os autores defendem que a *Al Jazeera* pode assumir-se como um “media de conciliação” entre as narrativas ocidental e árabe e demonstram-no com base nas conclusões de um inquérito a quase 600 telespectadores da estação. Assim, El-Nawawy e Powers (2008) revelam que:

- os telespectadores da AJE consideram que o canal é um medium de conciliação, no sentido em que pode criar um ambiente de cooperação, negociação e reconciliação;

- quanto mais vêem a AJE menos dogmático é o seu pensamento, na medida em que se tornam mais disponíveis em abordar questões que de outra forma seriam irreconciliáveis com o seu modo de pensar;

- os espectadores absorvem informação para afirmar as suas convicções mais do que para se informarem. Desta forma, os espectadores são receptivos a notícias internacionais que substanciam a sua opinião, e recebem informação de acordo com aquilo que consideram que deve ser priorizado. A título de exemplo, as pessoas que

⁷¹ “All media deviate from the standard of objectivity by framing the facts of a given situation in ways that are socially accepted and expected amongst their particular audiences” (El-Nawawy e Powers, 2008: 14)

estão mais dependentes das notícias da CNN ou BBC demonstram-se mais favoráveis à política externa norte-americana em geral. Quem assiste à BBC demonstra-se a favor dos valores norte-americanos, enquanto que a CNN é mais vista pela sua narrativa de Guerra ao Terror. Enquanto isso, os telespectadores da AJE (sejam ocidentais ou não) demonstram um olhar mais crítico relativamente à política externa dos EUA.

Como foi dito anteriormente, na Primeira Guerra do Golfo a CNN, bem como outros media ocidentais, dominaram o fluxo de informação com a sua cobertura “directa” e global do conflito. Além de transmitir mundialmente a guerra, a CNN vendeu conteúdos para outras redes de informação e estava, em grande parte, confinada a fontes oficiais do exército norte-americano para aceder a informação e ao controlo das autoridades iraquianas em Bagdade. O panorama mudou consideravelmente na última década e a emergência da *Al Jazeera* como canal pan-arabista foi um dos grandes responsáveis por essa mudança.

Hoje em dia, em vez de uma rede única a dominar o panorama noticioso internacional, as cadeias de televisão por satélite, as edições *online* dos jornais e até mesmo a rádio proliferam pelo mundo. As narrativas actuais que guiam a compreensão do público sobre determinados eventos é facilmente posta à prova, contestada e a luta para controlar o fluxo de informação intensificou-se, particularmente em contextos de guerra ou conflito. Posto isto, é possível afirmarmos que, com a proliferação de media a nível mundial, tornou-se mais fácil o público sintonizar na organização que mais vezes alinha com as suas opiniões, convicções e visões do mundo.

2.3.3 A retórica de Guerra ao Terrorismo nos conflitos militares no século XXI – o caso do Iraque

A Guerra ao Terrorismo tornou-se a principal prioridade da política externa norte-americana na Administração Bush no pós-11 de Setembro e a retórica elaborada em torno do Terrorismo serviu de guia aos jornalistas, particularmente aos norte-americanos, constituindo igualmente uma ferramenta poderosa para a Administração norte-americana justificar uma agenda política mais agressiva e intervencionista. A ameaça comunista que ajudara a criar uma ligação ideológica entre jornalistas e Administração durante as décadas de Guerra Fria foi substituída pela ameaça terrorista no início do século XXI (Robinson, 2004).

Nas semanas seguintes aos atentados do 11 de Setembro, a ala mais *hawkish* de conselheiros do Presidente George W. Bush começava a pressionar a Administração para a necessidade de uma resposta militar imediata aos ataques. Os alvos deveriam ser não só actores não-estatais, como também os regimes que os acolhiam (Leffler, 2011). Pelos discursos e

afirmações públicas do Governo, rapidamente se percebeu que o Afeganistão seria o primeiro alvo lógico da resposta pós-11 de Setembro, por acolher o alegado líder da Al Qaeda, Osama Bin Laden e ser foco de actividade terrorista e, portanto, uma ameaça global. Esta posição da Administração foi fortemente apoiada pela opinião pública e pelos media norte-americanos – num efeito *rally round the flag* provocado pelo patriotismo e unidade nacional que se seguiram aos atentados.

Contudo, em simultâneo ao início do bombardeamento do Afeganistão, o Pentágono parecia preparar-se para uma eventual intervenção militar também no Iraque para derrubar Saddam Hussein e provocar uma alteração do regime no país. Desde Setembro de 2001 a Março de 2003, quando se dá a intervenção militar, que o Presidente Bush indicava nos seus discursos que uma intervenção no Iraque poderia estar a ser desenhada, embora não o tenha mencionado directamente numa fase inicial. No Discurso à Nação, em Janeiro de 2002, George W. Bush identificou o Iraque como parte integrante do Eixo do Mal. Meio anos depois, em Agosto de 2002, o vice-Presidente norte-americano Dick Cheney fez um discurso interpretado por muitos como um sinal de que a Administração estaria, de facto, a preparar a intervenção. O argumento de que Saddam Hussein era um ditador ostensivo, agressivo e repressivo, e que estava a preparar-se para adquirir e desenvolver armas de destruição maciça justificaria um ataque preemptivo que, além disso, abriria a porta a uma nova era no Médio Oriente, na medida em que a intervenção, a ter sucesso na implementação de um regime democrático, serviria de exemplo (esta era porém uma posição moniritária dentro da própria Administração).

Se a intervenção norte-americana no Afeganistão beneficiou de forte apoio popular e mediático dada a nova ameaça global – o Terrorismo –, a Guerra do Iraque constituía uma questão mais difícil de justificar. Andersen (2007) relembra que intervenções militares deste tipo, onde não existem provas claras e inequívocas da existência de ameaça à segurança nacional, requerem campanhas persuasivas e bem planeadas. Foi neste contexto que os EUA começaram a preparar, no final de 2001, um plano para gerir a informação veiculada pelos media, num primeiro momento sobre a necessidade da guerra e, posteriormente, sobre o sucesso da intervenção. O principal arquitecto do plano norte-americano foi Bryan Whitman, Secretário-Adjunto de Defesa, e resume-se a quatro pontos essenciais: 1) realçar os perigos que o regime iraquiano representa; 2) desacreditar aqueles que apresentam dúvidas sobre esses perigos; 3) não envolver o debate em apelos racionais, mas sim apelar ao instinto emocional do público do público, especialmente à parte mais emocional; 4) levar até à intimidade do público norte-americano a mensagem de que poderia confiar na decisão da Administração (Knightley, 2004). Num mundo globalizado – de media globais e de uma comunidade internacional embrenhada no discurso de Guerra ao Terrorismo – este plano serviria não apenas para o público norte-americano, mas sim para todo o mundo ocidental.

Uma vez mais o Pentágono debruçou-se sobre a melhor forma de lidar com os

jornalistas, aplicando lições do passado para redefinir as melhores formas de relacionamento com os media. De acordo com Finnegan (2007) e Massing (2004), os media norte-americanos desempenharam um papel predominante na preparação da guerra e foram largamente responsáveis pelo apoio da opinião pública. Amplos exemplos de diversos órgãos de comunicação social dos EUA demonstram que os media seguiram fundamentalmente a linha oficial, ocultando ou remetendo para segundo plano vozes dissonantes. Michael Massing, então jornalista do *The New York Review of Books*, escreveu uma série de crónicas⁷² em Fevereiro de 2004 sobre a questão, sublinhando que:

“No período antes da guerra, os jornalistas norte-americanos confiaram demasiado nas fontes simpatizantes da Administração. Aqueles com visões contrárias – e eram mais que uns poucos – foram silenciados. Reflexo disso, a cobertura foi altamente condescendente com a Casa Branca”⁷³

(Massing, 2004: 28)

Um dos jornais mais criticados, particularmente pela sua reputação, foi o *The New York Times* que durante os 18 meses de preparação da guerra colocou por diversas vezes artigos na primeira página sobre as armas de destruição maciça no Iraque, na maior parte das vezes informação “falsa” ou “exagerada” (Finnegan, 2007: 64). Vários jornalistas vieram entretanto a público defender-se das críticas, alegando que apenas divulgavam o que o Presidente dizia sobre a matéria. Apesar de ser legítimo e importante divulgar informação veiculada pela Administração, esta deveria ser contrabalançada com outras opiniões, nomeadamente opostas, e com análise às afirmações do Presidente. Na maior parte das vezes, enquanto a informação oficial surgia na primeira página dos jornais, as vozes dissonantes e outros artigos que defendiam que não estava provado que o Iraque detinha armas de destruição maciça, nomeadamente declarações de organizações internacionais como as Nações Unidas, eram remetidos para páginas com menor destaque. Além disso, quando um artigo apresentava, em simultâneo, visões a favor e contra, a linha oficial surgia em primeiro lugar e, remetidas para os últimos parágrafos, eram apresentadas outras opiniões.

Para alguns analistas, os “jornalistas dos principais jornais fizeram mais que qualquer membro do Congresso poderia fazer para persuadir o público norte-americano que o Iraque constituía uma ameaça para os EUA”⁷⁴ (Finnegan, 2007: 64). De facto, nos meses que

⁷² Reunidas em livro com o título *Now They Tell Us* (2004), precisamente sobre a imprensa e a Guerra do Iraque

⁷³ “In the period before the war, US journalists were far too reliant on sources sympathetic to the administration. Those with dissenting views – and there were more than a few – were shut out. Reflecting this, the coverage was highly deferential to the White House” (Massing, 2004: 28)

⁷⁴ “Journalists on major papers did more than any member of Congress could to persuade the American public that Iraq posed a threat to the United States” (Finnegan, 2007: 64)

antecederam a guerra, os jornais publicavam fundamentalmente reportagens baseadas em informações de membros da Administração (muitos deles não identificados) e de desertores iraquianos que se demonstravam a favor de uma intervenção militar no Iraque. O *The New York Times* (Massing, 2004) e o *Washington Post* (Finnegan, 2007) foram, por diversas vezes, o instrumento de manipulação da Administração para garantir apoio popular para a guerra. A título de exemplo, antes da guerra, o *Washington Post* fez 140 primeiras páginas focadas na retórica norte-americana sobre a necessidade da guerra, minimizando perspectivas alternativas.

Um dos episódios mais marcantes aconteceu cerca de um mês após o início da guerra quando o *New York Times* publicou uma reportagem baseada na história de um cientista iraquiano que revelava que o Iraque detinha armas de destruição maciça:

“Um cientista que afirma ter trabalhado no programa de armas químicas do Iraque por mais de uma década disse a um militar norte-americano que o Iraque destruiu o equipamento de guerra de armas químicas e biológicas dias antes da guerra começar, dizem membros da equipa”⁷⁵

(Miller, 2003)

Na mesma peça, mais abaixo, Judith Miller⁷⁶ afirma que viu o cientista, embora à distância, enquanto este apontava para umas caixas na areia onde estaria o material enterrado. As afirmações do cientista foram recolhidas através dos militares que acompanharam a jornalista e, além disso, o exército recusou identificá-lo para a reportagem. No dia seguinte, a jornalista foi convidada do programa da PBS *The News Hour with Jim Lehrer* onde contrariou uma declaração divulgada pelas Nações Unidas que contrariava por sua vez a versão oficial. Algumas semanas depois, a história do cientista foi desmentida quando o suposto cientista iraquiano afirmou que fazer parte dos serviços secretos dos EUA, num outro artigo publicado por Miller. Este episódio revela até que ponto o jornalista pode ser alvo de manipulação, tornando-se involuntariamente ferramenta de propaganda da Administração.

Um ano depois, o Congresso norte-americano concluía que não havia ligação entre Saddam Hussein e a Al Qaeda e de que não havia sinais que indiciassem que o Iraque detinha armas de destruição maciça. A dependência nas fontes oficiais e a propaganda realizada pelo Pentágono sobre a necessidade da guerra haviam bloqueado uma análise independente dos jornalistas sobre a matéria. Para Finnegan (2007), os media norte-americanos consideraram que no ambiente tenso que se seguiu ao 11 de Setembro acreditar nas afirmações da Administração e

⁷⁵ “A scientist who claims to have worked in Iraq's chemical weapons program for more than a decade has told an American military team that Iraq destroyed chemical weapons and biological warfare equipment only days before the war began, members of the team said” (Miller, 2003)

⁷⁶ Judith Miller, jornalista norte-americana premiada, esteve envolvida no caso da revelação da identidade de Valerie Plame como agente da CIA. Passou três meses na prisão, invocando privilégios profissionais e recusando-se a revelar as suas fontes na CIA.

não as colocar em cheque eram as abordagens que melhor serviam os seus interesses. De outra forma, poderiam ser ostracizados pela Administração norte-americana e pela própria opinião pública, embrenhados numa retórica de Guerra ao Terrorismo.

Contudo, após um ano de intervenção militar, das constatações do Congresso relativamente à não-existência de armas de destruição maciça e da emergência de vozes cada vez mais críticas à guerra, não só internamente, mas a nível internacional, os media começaram a expor e a questionar as falhas e erros da Administração Bush. A 26 de Maio de 2004, o editorial do *New York Times*, intitulado “The Times and Iraq”, fazia uma retrospectiva do prelúdio e do primeiro ano de guerra e reconhecia que não tinha feito a melhor cobertura:

“...encontramos uma quantidade enorme de jornalismo de que temos orgulho. (...) Mas encontramos um número de exemplos de cobertura que não foi tão rigorosa quanto devia. Em alguns casos, a informação que gerou polémica, e agora parece questionável, foi insuficientemente qualificada ou não-contestada. Olhando para trás, gostaríamos de ter sido mais agressivos na reavaliação de afirmações quando surgiram novas provas – ou das que falharam em emergir”⁷⁷

(*The New York Times*, 2004)

O editorial enumera uma série de exemplos em que a fonte não foi verificada ou as afirmações não foram questionadas ou contraditas – jornalistas e editores deveriam ter adoptado uma postura mais céptica. Porém, o texto conclui com um alerta do jornal: “Consideramos que a história sobre as armas do Iraque, sobre o modelo de desinformação, não é assunto encerrado. Pretendemos continuar absolutamente a fazer reportagem de forma agressiva com o objectivo de repor a verdade”⁷⁸ (*New York Times*, 2004).

Para além da forma como a imprensa abordou a questão, importa compreender como é que, do lado da Administração e do Pentágono, a informação foi gerida e disponibilizada aos jornalistas. Dois meses após o começo da guerra, Michael Massing visitou o *Coalition Media Center*⁷⁹, localizado em Doha (Qatar) e que serve como comando geral da informação disponibilizada pela coligação anglo-americana durante a Guerra do Iraque. O Centro parecia reproduzir a abordagem militar da Primeira Guerra do Golfo fortemente criticada pelos media

⁷⁷ “...we found an enormous amount of journalism that we are proud of. (...) But we have found a number of instances of coverage that was not as rigorous as it should have been. In some cases, information that was controversial then, and seems questionable now, was insufficiently qualified or allowed to stand unchallenged. Looking back, we wish we had been more aggressive in re-examining the claims as new evidence emerged — or failed to emerge” (*New York Times*, 2004)

⁷⁸ “We consider the story of Iraq's weapons, and of the pattern of misinformation, to be unfinished business. And we fully intend to continue aggressive reporting aimed at setting the record straight.” (*New York Times*, 2004)

⁷⁹ No início da guerra, mais de 700 jornalistas estavam registados no Centro (Massing, 2004)

norte-americanos, na medida em que diariamente são disponibilizados *briefings* com informação oficial sobre o decurso das operações militares⁸⁰, são exibidos vídeos a preto e branco que apresentam os mísseis guiados com precisão a atingir os alvos militares e ainda de tropas a distribuir ajuda humanitária à população iraquiana (Massing, 2004: 3-5). Durante os *briefings* diários, as perguntas colocadas pelos jornalistas revelam, por vezes, mais do que as respostas dadas pelos militares, considera Massing (2004), que distingue claramente o tipo de perguntas feitas pelos jornalistas árabes e europeus, das questões dos correspondentes dos EUA, numa abordagem menos céptica à acção militar. A rotina do jornalista em Doha é praticamente passada entre o Centro e o hotel de cinco estrelas da cidade a partir do qual envia informação para o órgão de comunicação social que, no caso dos repórteres de cadeias noticiosas de 24 horas, muitas vezes pressupõe cobrir oito fusos horários de notícias. Massing (2004) critica o desconhecimento sobre o mundo árabe de muitos desses jornalistas convocados pelos seus órgãos para este conflito. Muitos deles foram transferidos de delegações de Washington, Roma, México, Bruxelas, Banguecoque, e portanto sem *background* sobre a história do mundo árabe e, sobretudo, da língua. Este *handicap* fez com que muitos correspondentes recentrassem a sua atenção na informação militar disponibilizada no Centro que dizia respeito principalmente às operações no terreno, nomeadamente a deslocação das tropas, a formação de tanques ou o comprimento das caravanas de abastecimento. “Não estavam familiarizados com a história árabe, as raízes do fundamentalismo islâmico, o ressurgimento do nacionalismo árabe, as alterações no equilíbrio regional de poder desde o 11 de Setembro”⁸¹ (Massing, 2004: 14). Como referido anteriormente, no início deste século, muitas das delegações no exterior foram encerradas ou reorganizadas, o que ajuda a explicar estes desequilíbrios e a falta de conhecimento sobre aquela geografia específica.

Para além da informação disponibilizada pelo Centro, os jornais e televisões exigiam ter acesso às operações, nomeadamente as cadeias televisivas que necessitam de imagens para preencher o ciclo noticioso de 24 horas. O Pentágono poderia impor novamente o sistema *pool* que garantiria esse acesso, porém o modelo havia sido fortemente contestado na experiência de 1991 e, portanto, não seria bem recebido pelos jornalistas (Robinson, 2004).

Foi neste contexto que o Pentágono criou um novo instrumento que garantiria ao jornalista aceder ao campo de batalha, um modelo experimentado, embora informalmente, na Primeira e Segunda Guerras Mundiais – o *embedding*⁸². No Capítulo III analisaremos o

⁸⁰ Mais uma vez, diversos correspondentes compararam os *briefings* militares aos “disparates das cinco da tarde” da Guerra do Vietname

⁸¹ “They were unfamiliar with Arab history, the roots of Islamic fundamentalism, the resurgence of Arab nationalism, the changes in the regional balance of power since September 11” (Massing, 2004: 14)

⁸² Adoptamos aqui a designação em inglês que, na prática, se poderá traduzir por incorporação de jornalistas em unidades militares, embora não exclusivamente. O sistema de *embedment* foi desenvolvido pelo exército norte-americano, porém adoptado e adaptado por outras instituições. Actualmente, para além do *embedment* militar de jornalistas, assistimos ao *embedment* humanitário, utilizado por exemplo

processo de negociação até à definição final deste sistema (que diversos autores dizem ser reinventado) que deve ser compreendido numa lógica pós-Guerra Fria, em que os EUA começaram a desenvolver métodos que reduzem largamente o número de baixas militares (Knightley, 2004). Por exemplo, em 1999, aquando do bombardeamento aéreo da NATO na Jugoslávia, não se registou qualquer baixa militar na coligação – um episódio sem precedentes que veio mudar o paradigma também de cobertura da guerra, na medida em que os repórteres começaram a concentrar-se na cobertura de baixas do inimigo, particularmente nos civis dos países invadidos. Isso verificou-se (e verifica-se ainda) no Afeganistão⁸³ e, posteriormente, na Guerra do Iraque. Foi neste contexto que o Pentágono procurou desenvolver métodos que recentrassem novamente a atenção no papel dos militares em contextos de guerra, colocando os jornalistas no seu lado da história, sem que sentissem que a sua informação fosse manipulada. Na óptica do Pentágono, o método mais adequado seria a *incorporação* dos media no esforço nacional de guerra (Knightley, 2004), através de o *embedding* em unidades militares. Para Cortell *et al* (2009), esta nova abordagem representa uma mudança significativa na relação entre militares norte-americanos e media, procurando aliviar tensões que caracterizam a relação no período pós-Vietname. Antes do início da guerra, houve diversas conversações entre representantes dos media, particularmente correspondentes no Pentágono, e funcionários do Departamento de Defesa, nomeadamente relações públicas, permitindo aos media consciencializar a Administração Bush da sua vontade de adoptar o sistema *embedded* na cobertura do Iraque.

A ideia de *embedding* partiu de Bryan Whitman e consiste na incorporação de um jornalista – norte-americano ou estrangeiro – em unidades militares, com posto honorário oficial. O jornalista pode endossar uniforme militar, se assim o desejar, e é-lhe fornecida alimentação, transporte, alojamento e, mais importante que qualquer outra, protecção. Uma vez *embedded* com as tropas, os jornalistas podem acompanhá-las para a frente de batalha e daí fazer a cobertura, não revelando naturalmente informações que possam ser úteis ao inimigo.

Knightley (2004) considera que os jornalistas *embedded* no Iraque não têm conseguido manter a distância e objectividade, abandonando a postura de jornalistas/militares, e adoptando unicamente o termo *nós* nas reportagens. Também Massing (2004) afirma que os mais de 500 jornalistas *embedded* (até meados de 2004) com tropas aliadas no Iraque têm facultado apenas *vislumbres* da guerra, mas invulgarmente poucos momentos sobre os efeitos reais da guerra, nomeadamente mortes e feridos. Porém, os repórteres que cobrem a guerra de forma autónoma do lado iraquiano e os media árabes, sobretudo a *Al Jazeera*, desafiam e muitas vezes

após o terramoto no Haiti em 2010 e ao *embedment* com jornalistas cidadãos (*citizen journalists*), como tem acontecido na Síria, dadas as difíceis circunstâncias de reportagem.

⁸³ Retomaremos a questão do *embedment* de forma mais aprofundada no Capítulo 3, já que a Guerra do Afeganistão representou o início da sua utilização enquanto forma de relacionamento entre militares e jornalistas.

contrariam a versão oficial da coligação, apesar das manobras do Pentágono e do Departamento de Defesa para contrariar esta situação. A título de exemplo, o Pentágono escreveu à *Al Jazeera* pedindo o afastamento dos seus correspondentes de Bagdade. O mesmo fizeram os britânicos em relação à BBC em 2004. A nível interno nos EUA, nos primeiros meses do conflito, o Pentágono convocou os directores de diversos órgãos de comunicação social para os alertar para os perigos de ter escritórios e correspondentes na capital iraquiana, sugerindo a sua retirada e a cobertura apenas em situações de *embedding* que, à partida, poderia garantir protecção ao correspondente e a outros profissionais dos media. De facto, o número de jornalistas mortos no Iraque demonstra quão perigoso é cobrir esta guerra autonomamente. O Iraque representa já o país mais mortífero para os media – jornalistas e outros profissionais – desde 2003, com 150 profissionais dos media mortos até ao final de 2011, 125 locais e 25 estrangeiros⁸⁴ (*Committee to Protect Journalists*). Dos 150 jornalistas mortos, 16 foram atingidos por ataques norte-americanos. A atitude da Administração norte-americana face às críticas dos jornalistas sobre o nível de insegurança no Iraque para os media é mais um reflexo da sua nova política externa na linha do discurso de “Estão connosco ou estão contra nós”. Fazer reportagem do lado inimigo significa portanto estar contra *nós* e arriscar-se a ser atingido (Finnengan, 2007). O Pentágono, por diversas vezes, deixou bem claro que desaconselha os correspondentes a fazer reportagem do lado do inimigo e constantemente alerta os órgãos de comunicação social para tirarem o seu pessoal de Bagdade, lembrando quão perigosa é a decisão de aí permanecer. Devido às experiências recentes no Afeganistão e Iraque, o *International Federation of Journalists* pediu explicações sobre as mortes de jornalistas pelas tropas dos EUA e exige alterações na lei internacional para assegurar que fazer dos jornalistas alvo ou negligenciar a sua protecção sejam considerados crime de guerra.

Na guerra da informação em tempos de conflito, existem momentos simbólicos, propositadamente fabricados e o Iraque não foi excepção. Um primeiro momento, que irá permanecer na História da mudança de regime iraquiana, foi a destruição da estátua de Saddam Hussein de uma das praças centrais de Bagdade. A sua destruição foi vista (e revista) em todo o mundo através da televisão e das primeiras páginas dos jornais – representando simbolicamente o fim de Saddam Hussein do poder e a vitória da coligação. Porém, diversos analistas, como Massing (2004), consideram que foi um momento fabricado, pois existiam várias estátuas de Saddam espalhadas pela cidade, mas a coligação escolheu estrategicamente aquela que ficava próxima do Hotel Palestine onde estavam alojados centenas de jornalistas ocidentais para que o impacto tivesse repercussões internacionais. Esta visão é difícil de avaliar, em primeiro lugar, porque o Hotel Palestine está situado numa das zonas centrais e, portanto, a escolha da

⁸⁴ vide Anexo 1

destruição da estátua recairia naturalmente numa zona central da cidade. Em segundo lugar, se se tratasse de um momento fabricado, provavelmente incidentes como aquele em que um soldado norte-americano hasteia a bandeira norte-americana no lugar da estátua teriam sido prevenidos.

Outro dos momentos foi o resgate da soldado Jessica Lynch que se tornou um ícone da guerra. A história da sua captura pelas forças iraquianas e posterior resgate pelas forças norte-americanas permanece como um dos momentos mais patrióticos do conflito: “O seu resgate irá ficar como uma das peças mais impressionantes de gestão das notícias até agora concebidas”⁸⁵ (Kampfner, 2003). A soldado ficou ferida durante uma emboscada em que foi a única sobrevivente, tendo sido transportada para um hospital em Nassíria, onde permaneceu durante oito dias. Até aqui a versão não é contestada. Porém, do *Coalition Media Center* surgiu a informação de que a soldado teria sido ferida e capturada pelas forças iraquianas, após ter resistido até à última bala. Posteriormente, teria sido esbofeteada na sua cama de hospital enquanto era interrogada. A informação sobre o seu paradeiro terá sido dada pelo advogado iraquiano, Mohammed Odeh al-Rehaief, que mais tarde pediu asilo aos EUA. Nessa noite, *rangers* do exército e forças SEAL invadiram o hospital de Nassíria, sempre acompanhados por uma câmara de visão noturna que registou o resgate bem sucedido de Jessica Lynch que, de acordo com Kampfner (2003), tinha laivos de filme heroico de Hollywood. Este episódio desencadeou uma onda de patriotismo e de solidariedade sem precedentes para com o exército norte-americano nos EUA. Porém, ainda no rescaldo do momento, a BBC decidiu investigar e no documentário *War Spin* contesta a versão dada pelo Pentágono, ao entrevistar médicos e enfermeiros que afirmam ter tratado da melhor forma a soldado, chegando mesmo a fazer transfusões de sangue do pessoal médico, dadas as escassas reservas do hospital. À BBC disseram ainda que as forças especiais tinham estado a revistar o local no dia anterior ao resgate.

À semelhança do Afeganistão, também o Iraque se tornou um *Embedistan* em que virtualmente a única forma de fazer reportagem de forma relativamente protegida é em situação de *embedding* com as tropas, pelas mesmas razões, nomeadamente o nível de segurança. Bagdade é muito diferente de Saigão onde se andava livremente, relembra Arnett (2005), que chega mesmo a afirmar que Bagdade é o sítio mais perigoso desde Beirute.

Se numa primeira fase, durante as primeiras operações militares no Iraque que tinham como objetivo derrubar o regime, os esforços para envolver os media foram bem sucedidos, os militares falharam no *follow up* e na fase de estabilização da guerra, admite o general Glenn Starnes (2004). Após a queda do regime de Saddam, os cerca de 500 repórteres *embedded* regressaram a casa e, de acordo com dados disponibilizados pelo autor, apenas 40 jornalistas permaneceram *embedded* com as tropas. “Com a sua partida, os militares perderam a

⁸⁵ “Her rescue will go down as one of the most stunning pieces of news management yet conceived” (Kampfner, 2003)

capacidade para utilizar os media”⁸⁶ (Starnes, 2004: 6). Com a diminuição dos jornalistas *embedded*, as tropas recorreram a várias relações públicas que colaboraram com as forças de estabilização para garantir que os repórteres que permaneciam em Bagdade cobriam as “boas histórias”⁸⁷.

Sobre o futuro da cobertura mediática no país, Arnett considera que se os EUA saírem do Iraque, todos os jornalistas norte-americanos sairão igualmente: “Acho que os jornalistas estão lá simplesmente porque as forças norte-americanas estão lá. Se os Estados Unidos saírem, teremos jornalistas iraquianos a cobrirem [o conflito], uma espécie de Somália”⁸⁸ (Arnett, 2005: 481). Também Farrell (2010) partilhava da mesma opinião num artigo em 2010, defendendo que a partir do Verão desse ano se assistiria a uma diminuição da cobertura mediática, à medida que as forças de combate começariam a retirar do país, na medida em que cada vez menos jornalistas estariam *embedded* com as tropas. “De facto, haverá cada vez menos jornalismo de qualquer tipo, com muitas televisões e outras organizações dos media a cortar significativamente nas suas operações em Bagdade por causa dos custos, da natureza prolongada do conflito e de uma mudança de cobertura para o Afeganistão”⁸⁹ (Farrell, 2010).

⁸⁶ “With their departure, the military lost the ability to leverage the media” (Starnes, 2004: 6)

⁸⁷ *ibid*

⁸⁸ “I think the journalists are there simply because the US forces are there. If the United States leaves, you’re going to have Iraqi reporters covering it, sort of like Somalia” (Arnett, 2005: 481)

⁸⁹ “Indeed, there will be less and less journalism of any kind, as many television and other media organizations have significantly cut back on their Baghdad operations because of cost, the protracted nature of the conflict and a shift in emphasis to Afghanistan” (Farrell, 2010)

CAPÍTULO 3. MEDIA E DECISÃO POLÍTICA NORTE-AMERICANOS NA GUERRA DO AFGANISTÃO – O *EMBEDISTAN*

“Se a ‘verdade’ é a primeira vítima da guerra,
o jornalismo como meio para a compreender é a segunda”⁹⁰
(Marsh, 2010: 81)

“Na história da cobertura mediática de conflitos,
o Afeganistão será entendido como o ‘ponto de viragem’ do relacionamento
entre media e militares, o momento que marca o ‘triunfo final’ dos militares sobre os media”
(Knightley, 2010: 114)

3.1 Breve contextualização da Guerra do Afeganistão – 2001 a 2010

A retórica de Guerra ao Terrorismo e do discurso da Administração Bush de “nação em risco” que se seguiram ao 11 de Setembro de 2001 fizeram com que o Governo norte-americano reunisse o apoio necessário para intervir militarmente no Afeganistão, entendido como “abrigo seguro” do grupo terrorista Al Qaeda e de Osama Bin Laden, o homem que terá orquestrado os atentados. O Afeganistão representava, portanto, o primeiro alvo lógico da resposta pós-11 de Setembro. O início da Guerra do Afeganistão é um exemplo prático do fenómeno de *rally round the flag* analisado no Capítulo 1, que diz respeito ao apoio popular e mediático às decisões presidenciais de utilização de força militar no exterior. Os EUA entenderam que a dimensão dos atentados e o risco de novos ataques terroristas lhes concediam o direito de responder e de ripostar à luz do direito internacional. Essa legitimidade foi imediatamente reconhecida pelas Nações Unidas e pela primeira vez na história da NATO foi aplicado o artigo 5.º do Tratado de Washington, que refere que um ataque terrorista contra um dos países membros da NATO é considerado um ataque a todos⁹¹.

Antes da intervenção militar, foi lançado um ultimato ao Governo do Afeganistão, liderado por *taliban*, intimando-o a entregar Osama Bin Landen e outros membros da Al Qaeda que haviam planeado os ataques. Como o ultimato não resultou, os Estados Unidos, juntamente com o Reino Unido, iniciaram operações militares no país a 7 de Outubro de 2001, através de uma estratégia que passava pela aliança a forças locais que se opunham ao regime *talib* no poder. Nesse sentido, os EUA deslocaram

⁹⁰ “If the ‘truth’ is war’s first casualty, journalism as a means of understanding war is its second” (Marsh, 2010: 81)

⁹¹ Ler mais sobre o Artigo 5.º do tratado fundador da NATO em <http://www.nato.int/terrorism/five.htm>

para o terreno equipas de operações militares para trabalhar em estreita colaboração com as forças da Aliança do Norte que facultavam aconselhamento tático aos aliados e, simultaneamente, serviam de guias aos aviões indicando-lhes os objectivos *taliban* a atacar⁹². “Foi uma estratégia brilhante”, considera Loureiro dos Santos (2011: 44), tanto na concepção, como também na execução. O sucesso da operação representou a queda do regime *talib*, assinalada a 7 de Dezembro quando a cidade de Kandahar, no sul do país, foi conquistada pelas tropas. De acordo com o general Loureiro dos Santos (2011), este assalto representa um momento singular na História militar e, por essa razão, o Pentágono considerou que não seria necessário enviar mais forças militares para o terreno, uma vez que a missão militar estaria praticamente terminada. O próximo passo norte-americano seria, portanto, o apoio ao *statebuilding* de um Estado considerado “falhado”⁹³. No final de Dezembro, apenas cerca de 2.500 militares permaneciam no Afeganistão⁹⁴, controlando fundamentalmente o aeroporto de Cabul e a base em Bagram considerada vital para actuar em caso de emergência. Apesar de o Secretário de Estado norte-americano Colin Powell, apoiado por Condoleeza Rice, defender o envio de, pelo menos, mais 40 mil efectivos para o terreno de forma a apoiar as manobras de *statebuilding* do país, Donald Rumsfeld considerava que aquela força militar seria suficiente, dado o equipamento tecnológico ao serviço dos EUA no terreno.

Paralelamente à ofensiva, a comunidade internacional reuniu-se em Bona com o objectivo de promover uma “reconciliação nacional”, nomeando um Governo interino liderado por Hamid Karzai. Durante a cimeira, foi criada a *International Security Assistance Force* (ISAF/NATO), uma força especial que conduz operações no terreno e, simultaneamente, treina tropas afegãs; e a *United Nations Assistance Mission in Afghanistan* (UNAMA), responsável pelas actividades humanitárias e de apoio à comunidade civil. Um ano depois, em Tóquio, teve lugar a maior reunião de doadores para a reconstrução do Afeganistão⁹⁵, que confirmou um apoio a nível global e delineou normas no sentido de limitar movimentos dos *taliban* (nomeadamente o congelamento de fontes de financiamento do grupo). A maior parte dos recursos destinados à assistência da reconstrução do país seriam canalizados para programas de educação,

⁹² vide Anexo 2, as principais operações especiais norte-americanas no Afeganistão nos primeiros meses de conflito

⁹³ Neste caso, por “falhado” entende-se um Estado tenso, profundamente conflituoso, perigoso, e contestado amargamente por facções em Guerra. Um Estado que não possui legitimidade nem mesmo no “monopólio de violência” (Angstrom, 2008: 377)

⁹⁴ vide Anexo 3

⁹⁵ *International Conference on Reconstruction Assistance to Afghanistan* (ICRAA)

apoio aos refugiados e desminagem do território; enquanto uma pequena parte do financiamento seria canalizada, por exemplo, para a reconstrução do sistema de transportes, electricidade e telecomunicações. Devidos às fragilidades do programa delineado em Tóquio, os doadores reconheceram a urgência da intervenção de diversas agências das Nações Unidas, bem como do Banco Mundial, no sentido de criar acções concretas de capacitação de estruturas governativas e de administração – central e regional (Marsden, 2003).

A nível militar, no final de 2002, quase 10 mil homens norte-americanos estavam estacionados no Afeganistão, em operações militares pontuais, em formação do exército afegão e na distribuição de ajuda humanitária em diversas zonas do país. Porém, considera Loureiro dos Santos (2011), as medidas de reconstrução do Estado estavam a ser executadas de forma demasiado lenta, não tendo aproveitado a oportunidade da rápida vitória sobre os *taliban* e do estado de desorganização do inimigo entretanto em fuga.

Em Março de 2003, a Guerra do Iraque veio duplicar o esforço militar dos EUA na Ásia Central o que, em certa medida, provocou um desinvestimento no Afeganistão, em plena estratégia de reconstrução. De acordo com um documento divulgado no início de 2005 pelo Banco Mundial, a estratégia de *statebuilding* do Afeganistão passa pela reconstrução económica, política e social com fortes ligações ao crescimento económico e ao desenvolvimento do sector privado, à redução da pobreza, erradicando a dependência do mercado da droga e devolvendo os serviços públicos ao povo afegão. Esse processo deve criar condições para “entregar” nas mãos das autoridades afegãs todas as dimensões da normalização política e de segurança, através de um esforço conjunto partilhado entre a comunidade internacional e o Governo afegão. Porém, o desvio de muitos dos meios em acção no Afeganistão para o Iraque, em 2003, veio piorar as condições de actuação no país (Loureiro dos Santos, 2011). Com o esforço militar partilhado com o Iraque, as poucas tropas que permaneciam no Afeganistão em 2003 levavam a cabo as operações de *statebuilding*, enquanto começavam a surgir sinais de que o inimigo estaria a reorganizar-se. Porém, a capacidade de resposta dos aliados era diminuta, na medida em que os meios existentes não garantiam eficácia de actuação em duas frentes distintas. Foi neste contexto que os EUA negociaram com a NATO o envio de mais tropas para o terreno, embora com diversas limitações dos aliados, nomeadamente *caveats* que impossibilitavam a determinados batalhões participar em teatros de guerra.

Apesar dos avanços significativos na criação de estruturas governativas – nomeadamente a adopção de uma nova constituição em Janeiro de 2004, as eleições presidenciais em Outubro de 2004, o sufrágio parlamentar e provincial em Setembro de 2005 e a inauguração da Assembleia Municipal de Cabul em Dezembro de 2005 – a economia do país continuava baseada no narcotráfico e as ameaças à segurança permaneciam, o que deu origem a uma reunião, em Londres no início de 2006, na qual estiveram presentes mais de 50 países de vários continentes, que assinaram o *Afghan Compact* – um compromisso partilhado pela comunidade internacional – assente em três pilares essenciais: segurança, governação/justiça e desenvolvimento social e económico (UNAMA).

Como é possível verificar no Anexo 4, em 2005 os ataques dos insurgentes começaram a tornar-se cada vez mais frequentes, nomeadamente na zona sul do país, junto à porosa fronteira com o Paquistão – uma zona considerada o bastião do poder *talib*. Este aumento da insurgência coincide com a deterioração da situação no Iraque o que impossibilita aos EUA o envio de um número significativo de tropas para o controlo do território afegão. No final de 2006, os *taliban* controlam novamente uma grande parte do Afeganistão, nomeadamente as zonas rurais mais remotas. Essa insurgência denota-se também no Norte do país, tradicionalmente controlado pela Aliança do Norte. Dada a concentração das poucas tropas aliadas em operações militares no sul do país, os *taliban* responderam com o controlo das zonas com menos presença militar.

Entretanto, em 2008, o panorama político alterou-se nos EUA, com o democrata Barack Obama a suceder ao republicano George W. Bush na Presidência, enquanto a situação nas Guerras do Afeganistão e Iraque se deteriorava gradualmente. As divergências entre o Pentágono e a Administração Obama começam desde logo a emergir, relativamente ao envio de mais tropas para o terreno. Numa avaliação feita sobre a situação militar do Afeganistão, o então comandante das tropas norte-americanas, General Stanley McChrystal, defendeu que seria necessário o envio adicional de 40 mil tropas, sublinhando que um atraso na decisão poderia representar um falhanço na estratégia de contrainsurgência. Após diversos meses de hesitação, num discurso em *West Point* em Dezembro de 2010⁹⁶, Barack Obama definia a nova estratégia para o Afeganistão: o envio de mais 30 mil tropas ao longo de 2010, para

⁹⁶ vide Obama, 2010

auxiliar a estratégia de contrainsurgência delineada em 2006 pelo General David Petraeus e a retirada gradual de forças de combate até ao final de 2011. O ano de 2010 revelou-se o mais mortífero para as tropas aliadas, com a situação no país a deteriorar-se cada vez mais (*vide* Anexos 4 e 5), numa altura em que Administração norte-americana aposta na *afeganização* do conflito, delegando funções de combate e de segurança para o exército afegão que, ao longo dos últimos anos, tem recebido formação militar da NATO.

Em Junho de 2011, Barack Obama faz um novo discurso à nação, em directo pela televisão⁹⁷, relembrando o discurso em *West Point* embora deixando transparecer que a estratégia de saída do Afeganistão até ao final do ano era já uma ideia longínqua e apontando 2014 como a nova data para retirada das forças de combate. Mais uma vez a Administração Obama diverge dos apelos lançados pelo Pentágono (que defende a não retirada de efectivos, pelo menos até 2014), referindo que até ao final de Novembro de 2012, 30 mil tropas irão regressar a casa (a tempo das eleições presidenciais nos EUA). O seu discurso não refere a vitória ou derrota das tropas no país, apenas destaca que a estratégia delineada inicialmente deverá ser cumprida até 2014:

“O objectivo que procuramos é possível e pode ser expresso de forma simples: não existe porto seguro a partir do qual a Al Qaeda e os seus afiliados podem lançar ataques contra a nossa pátria ou os nossos aliados. Não iremos tentar fazer do Afeganistão um sítio perfeito. Não policiaremos as ruas ou patrulharemos para sempre as suas montanhas. Isso é da responsabilidade do Governo afegão, que deve reforçar a sua capacidade para proteger o seu povo e passar de uma economia moldada pela guerra a uma que possa sustentar uma paz duradoura. O que podemos fazer, e faremos, é construir uma parceria com o povo afegão que perdure – uma [parceria] que garanta que conseguiremos continuar a combater terroristas e a apoiar um Governo afegão soberano”⁹⁸

(Obama, 2011)

Já no final de 2011, para assinalar os 10 anos de presença militar da NATO no Afeganistão, a comunidade internacional reuniu-se novamente em Bona para delinear uma estratégia para o futuro do país nos próximos anos, cuja tónica incidiu

⁹⁷ O sexto discurso à nação desde que tomou posse

⁹⁸ “The goal that we seek is achievable, and can be expressed simply: No safe haven from which al Qaeda or its affiliates can launch attacks against our homeland or our allies. We won't try to make Afghanistan a perfect place. We will not police its streets or patrol its mountains indefinitely. That is the responsibility of the Afghan government, which must step up its ability to protect its people, and move from an economy shaped by war to one that can sustain a lasting peace. What we can do, and will do, is build a partnership with the Afghan people that endures — one that ensures that we will be able to continue targeting terrorists and supporting a sovereign Afghan government” (Obama, 2011)

fundamentalmente no processo de negociação e diálogo com os *taliban*. Na declaração final, a comunidade internacional presente no encontro (cerca de 70 países, com o boicote do Paquistão) reiterou ainda que irá apoiar o processo de *statebuilding* no país, mesmo após a retirada das forças de combate prevista para 2014; e concederá apoio financeiro ao Governo afegão até, pelo menos, 2024⁹⁹.

Em *The Wars of Afghanistan*¹⁰⁰ (2011), o diplomata Peter Tomsen, enviado especial dos Estados Unidos ao Afeganistão no período entre 1989 e 1992 e especialista em assuntos da Ásia Central, faz uma análise prospectiva ao Afeganistão em 2020, tendo como ponto de partida o início de 2011 e desenhando um cenário pouco optimista: a segurança no Afeganistão e Paquistão estará cada vez mais deteriorada e pelo sexto ano consecutivo os *taliban* ganham terreno no Afeganistão. Além disso, o ambiente político e militar do país será ainda mais volátil. “O Afeganistão pode cair noutra guerra Norte-Sul, *pashtun vs não-pashtun*”¹⁰¹ (Tomsen, 2011: 687). O principal objectivo nos tempos mais próximos deverá passar por terminar a *americanização* da Guerra no Afeganistão, colocando afegãos a liderar as operações. Como relembra Tomsen (2011), nenhum exército estrangeiro na história do país foi capaz de estabilizar o Afeganistão. Por essa razão, a estratégia deverá passar pela redução das tropas de combate norte-americanas (e da coligação) presentes em todo o território, logo que considerarem que as Forças de Segurança Nacional estão capacitadas para assumir o “fardo” do combate. A retirada das tropas anularia também a propaganda *talib* de que os EUA são uma força de ocupação.

Traçado este cenário, analisaremos nas próximas páginas vários momentos da relação entre as Administrações Bush e Obama e os media norte-americanos, desde o início do conflito, em 2001, ao anúncio de Obama sobre o envio de mais tropas de combate para o terreno, em 2011.

⁹⁹ vide Acordo de Bona 2011 em https://www.cimicweb.org/Pages/Bonn_Conference_2011.aspx

¹⁰⁰ *The Wars of Afghanistan*, cujo subtítulo é *Messianic Terrorism, Tribal Conflicts, and the Failures of Great Powers*, analisa historicamente as manobras diplomáticas dos EUA no Afeganistão, nomeadamente após 1978, contadas por um *insider*. Diversos documentos, até recentemente classificados, foram publicados pela primeira vez no livro.

¹⁰¹ “Afghanistan could stumble into another north-south, Pashtun-non-Pashtun civil war” (Tomsen, 2011: 687).

3.2 A cobertura mediática da Guerra do Afeganistão

Embora a intervenção norte-americana no Afeganistão gozasse de grande apoio popular e mediático nos Estados Unidos¹⁰², as primeiras operações militares da aliança anglo-americana foram desencadeadas em total secretismo, uma vez que não foi permitido aos jornalistas estar na frente de batalha. Quando a invasão do Afeganistão começou, o Departamento de Defesa norte-americano limitou o acesso dos media ao conflito, na medida em que era uma incógnita o que iriam encontrar no terreno e como iria ser o progresso da acção militar¹⁰³. Este argumento foi reiterado três semanas após o início das operações militares quando Victoria Clarke, assistente para os assuntos públicos do Secretário de Defesa norte-americano, foi questionada pela CNN sobre o secretismo da intervenção:

“Howard Kurtz (CNN) – Os jornalistas estão fartos de escrever que esta é a campanha militar mais secreta da história dos EUA e que conseguir informação de si e dos seus colegas é como arrancar um dente. Qual é a sua opinião?

Victoria Clarke (DoD¹⁰⁴) – A minha posição é que, e trouxe alguma prova disso aqui, na medida do possível, estamos a divulgar notícias e informação que podemos sobre esta guerra não-convencional. Como o Secretário Rumsfeld e o Presidente disseram já por diversas vezes, existirão coisas nesta guerra, do ponto de vista militar, que veremos, outras que não veremos. Ocorrerão uma série de operações especiais que, pela sua natureza, não veremos. Portanto, é muito difícil fazer cobertura [desta guerra]”¹⁰⁵

(DoD, 2001a)

Porém, a proibição de acesso por parte da coligação não se traduziu numa ausência de jornalistas no terreno, que terão viajado de forma autónoma para o

¹⁰² Vide Anexo 9

¹⁰³ De facto, a Administração norte-americana estava ainda no período de definição de uma estratégia de comunicação e informação públicas, na nova era de Guerra ao Terrorismo, quando se iniciaram as operações militares no Afeganistão. No imediato pós-11 de Setembro foi criado o *Office of Strategic Influence*, rapidamente substituído pelo *Office of Strategic Communication*, que tem como principal missão a coordenação e disseminação de informação, nomeadamente informações de combate, sob tutela do Secretário de Estado dos EUA. O Departamento de Estado disponibilizou 300 milhões de dólares, por um período de cinco anos, para a criação de produtos e instrumentos que melhorassem a imagem pública dos EUA no estrangeiro.

¹⁰⁴ Optámos nesta dissertação por utilizar a sigla em inglês do Departamento de Defesa dos EUA

¹⁰⁵ “Kurtz: Journalists are writing over and over again that this is the most secretive military campaign in U.S. history and that getting information from you and your colleagues is like pulling teeth. What's your take? / Clarke: My take is, and I just brought a little evidence of it here, is that to the extent possible, we're putting out as much news and information as we possibly can about what is a very unconventional war. As Secretary Rumsfeld and the President have said repeatedly, there will be things in this war, from the military standpoint, that you'll see, there'll be things that you won't see, there'll be a fair amount of special operations activity, which by its very nature, you don't see. So it's very hard to cover” (DoD, 2001a)

Afganistão e para os países fronteiriços a Norte – Turquemenistão, Uzbequistão e Tajiquistão. Contudo, de acordo com Knitghley (2010), centenas de jornalistas, estacionados ao longo da fronteira nos países vizinhos, estavam confinados aos seus hotéis pelas autoridades locais. Jon Lee Andersen (2002) foi um dos jornalistas que decidiu cobrir o conflito de forma independente e no livro *The Lion's Grave – Dispatches from Afghanistan* relata, através de *e-mails* trocados com o seu editor Sharon DeLano da *The New Yorker*, as dificuldades na obtenção de visto para o país nos primeiros dias de conflito (conseguiu-o através de contactos em Moscovo)¹⁰⁶.

O *The Guardian* revelava a 17 de Outubro de 2001 (10 dias após os bombardeamentos iniciais) que o Pentágono, para além de impossibilitar o acesso de jornalistas às operações, teria gasto milhões de dólares na aquisição de imagens de satélite para evitar que os media ocidentais obtivessem imagens de alta precisão dos bombardeamentos no Afganistão. De acordo com a notícia, os satélites civis *ikonos* produzem imagens tão nítidas que “possibilitariam ver os corpos no chão resultantes dos ataques da última semana”¹⁰⁷ (Campbell, 2001). O Departamento de Defesa tem poder legal para controlar o acesso a este tipo de satélites, de forma a evitar que potenciais inimigos utilizem imagens quando os EUA estão em guerra. Porém, se as imagens de bases afegãs bombardeadas não mostrarem a posição das forças norte-americanas ou não comprometerem a segurança militar no terreno, a proibição da sua utilização pode ser considerada um acto de censura e uma afronta ao Primeiro Aditamento da Constituição. Por essa razão, a decisão da utilização de meios comerciais em vez dos poderes legais para barrar o acesso dos media ocidentais às imagens de satélite foi o recurso encontrado pelo Pentágono e fortemente criticado nos EUA, nomeadamente por especialistas dos serviços de inteligência (Campbell, 2001). Para Andersen (2007), a tentativa do Pentágono para controlar as imagens vindas do terreno deixa claro que, tal como nas guerras disputadas no século anterior, a nova guerra no Afganistão seria executada em duas frentes distintas: a batalha pela opinião pública nacional e internacional e a batalha no terreno.

¹⁰⁶ Jon Lee Andersen demonstra em *The Lion's Grave* ser um conhecedor do país, muito graças às suas viagens ao Afganistão antes do conflito. Esse conhecimento prévio permitiu-lhe estabelecer uma rede de contactos que o possibilitou um tipo de reportagem menos dependente da agenda oficial. Na nossa opinião, a sua narrativa enquadra-se num tipo de jornalismo que poderá estar em vias de extinção, neste conflito em particular: reportagens com *background* exaustivo; viagens solitárias, muitas vezes a cavalo; e convivência com pessoas locais.

¹⁰⁷ “It would be possible to see bodies lying on the ground after last week's bombing attacks” (Campbell, 2001)

Apesar de o grau de secretismo mantido pela Administração norte-americana nas primeiras semanas do conflito, com os jornalistas a interrogarem-se por que não podiam cobrir uma guerra que envolvia tropas do *seu* país, diversos correspondentes decidiram viajar para o Afeganistão e cobrir o conflito autonomamente. Desta forma, segundo Cortell *et al* (2009), as primeiras informações vindas do terreno desafiam a Administração, interrogando o sucesso da campanha militar e o número de vítimas civis resultantes da actividade militar norte-americana. Rapidamente o Pentágono e a Administração Bush perceberam que a proibição de acesso à guerra estava a provocar efeitos inversos aos inicialmente esperados.

Segundo Cortell *et al* (2001), o insucesso do Pentágono em lidar com os jornalistas nas primeiras semanas da Guerra do Afeganistão criou um clima de abertura para a definição de uma nova estratégia, facultando poder de negociação a representantes dos media e a funcionários dos assuntos públicos do Departamento de Defesa que defendiam uma mudança na relação entre os media e os militares: “o Secretário Rumsfeld não estava comprometido com nenhum tipo de relação particular com os media e demonstrou-se aberto a alternativas, tanto quanto essas opções pudessem promover a segurança e o sucesso operacionais”¹⁰⁸ (Cortell *et al*, 2001: 661).

A consulta das transcrições disponíveis no site do Departamento de Defesa das reuniões entre representantes dos media e funcionários do Departamento revelam o grau de consternação dos jornalistas e o moroso processo de negociação que leva à adopção do *embedding* como forma de acesso dos media às operações militares das tropas aliadas no Afeganistão. A partir do final de Setembro de 2001, as reuniões quinzenais entre representantes do Pentágono e dos media constituíram espaços de diálogo e reflexão sobre o futuro da cobertura mediática nos conflitos pós-11 de Setembro, primeiro no Afeganistão e, posteriormente, também no Iraque. Na primeira reunião, a 28 de Setembro de 2001, a assistente para os assuntos públicos do Secretário de Defesa apresenta aquele espaço de diálogo como “um novo mundo”, através de o qual os participantes iriam tentar construir em conjunto as novas regras, tentando aliar as necessidades dos jornalistas com a “importância vital de proteger a segurança nacional e a segurança dos homens e mulheres em uniforme”¹⁰⁹ (DoD, 2001b). Na primeira

¹⁰⁸ “Secretary Rumsfeld was not committed to a particular relationship with the media and was open to alternatives, so long as these options would advance operational security and operational success” (Cortell *et al*, 2001: 661)

¹⁰⁹ “Vitality important while protecting the national security and the safety of the men and women in uniform” (DoD, 2001b)

reunião Victoria Clarke voltou a sublinhar que esta guerra não era o Vietname, nem a Segunda Guerra Mundial, e que não seria a Primeira Guerra do Golfo, reconhecendo que as *pools* não seriam o recurso “ideal” para cobrir o conflito.

Diversos representantes dos media presentes nas reuniões demonstraram gradualmente interesse na adopção do sistema de *embedding*, apelidado por um dos participantes como a “geração seguinte” das *pools* (DoD, 2001b). Porém, Victoria Clarke informou que esse sistema não deveria fazer parte do plano e que o Pentágono estaria a tentar perceber como fazer funcionar melhor as *pools* caso tivessem de ser novamente adoptadas. À medida que se sucediam as reuniões quinzenais com o Departamento de Defesa, o sistema de *embedding* afigurava-se, para os representantes dos media presentes, cada vez mais como um dos métodos mais razoáveis de permitir o acesso de jornalistas ao conflito. Numa das primeiras reuniões, Donald Rumsfeld afirmou que o *embedding* não deveria ser opção nesta guerra, apesar de não descartar a ideia caso se tratasse de longos períodos de tempo com as tropas (DoD, 2001c). Nas reuniões sucessivas, os jornalistas continuavam a demonstrar interesse na adopção do *embedding* em detrimento do sistema de *pool*. No final de uma das reuniões com Victoria Clarke, um dos jornalistas¹¹⁰ afirmou:

“Continuaremos a torcer pelo *embedding* e pelo acesso [ao terreno], que não muda o facto de prezarmos os *briefings* diários aqui, o enquadramento. Nós questionamos e vocês têm sido receptivos, e só quero instigar-vos a continuar, porque como não temos acesso ao campo para conseguir confirmar tanta coisa que obtemos de forma anedótica, isto é ainda mais essencial”¹¹¹

(DoD, 2001d)

Porém, os representantes do Pentágono presentes nas reuniões demonstravam-se relutantes na adopção do *embedding*. Durante as sessões, Victoria Clarke sublinhou por diversas vezes que o Departamento de Defesa estaria a trabalhar arduamente para facultar informação (em formato de *briefing*) e imagens das operações no terreno, ao que um dos jornalistas responde, numa das reuniões: “Nós agradecemos os detalhes que

¹¹⁰ O nome do jornalista que questiona Victoria Clarke não é mencionado. Na parte inicial das reuniões, os jornalistas apresentam-se indicando o nome e a instituição, porém ao longo da reunião as perguntas colocadas são transcritas não indicando o nome do autor.

¹¹¹ “We are going to continue to push for embedding and access, that does not change the fact that we do appreciate the daily briefings here, the backgrounders. We've asked you and you've been responsive, and I just want to urge you to continue because particularly since we're not having the access in the field to be able to confirm so many things we're getting anecdotally, that it's really even more essential” (DoD, 2001d)

nos dão, o vídeo em particular. Só que isso não elimina a necessidade de informação”¹¹² (DoD, 2001d).

A 11 de Novembro de 2001, quando a Guerra do Afeganistão decorria há mais de um mês e os media continuavam sem acesso ao terreno, o grupo de discussão reuniu novamente com o Departamento de Defesa e questionava de forma mais veemente a estratégia (ou a ausência de) levada a cabo pelos Estados Unidos. Um dos jornalistas observou:

“Eu gostaria apenas de fazer uma observação de que o Presidente falou sobre perder a guerra pela opinião pública; o Secretário falou disso; sei que o Secretário chegou mesmo a consultar muitos relações públicas na cidade para descobrir como melhorar um tipo de imagem. Eu sugeriria que há talvez uma ligação entre perder a guerra de relações públicas e não permitir aos media maior acesso para cobrir a guerra e talvez facultar uma imagem justa e equilibrada que vocês pretendem. Portanto sugeriria que se se preocupam em como a guerra está a ser retratada neste país e no exterior, talvez o problema resida na supressão dos media”¹¹³

(DoD, 2001e)

Nas primeiras semanas do conflito diversos jornalistas permaneciam nos países fronteiriços do Afeganistão, nomeadamente no Tajiquistão, Paquistão e Uzbequistão, muitos deles condicionados ao controlo das autoridades desses países para a cobertura do conflito. Quando questionada sobre se os Estados Unidos teriam algum interesse em pressionar esses países a permitir aos jornalistas norte-americanos maior acesso às operações, a assistente do Secretário de Defesa afirmava que os Estados Unidos estavam “muito sensíveis” às preocupações desses países que estavam a apoiar de forma exemplar a intervenção militar (DoD, 2001e).

Como constata Cortell *et al* (2009), apesar das inúmeras sugestões e preocupações partilhadas pelos representantes dos media presentes nas reuniões, o Departamento de Defesa continuava sem uma estratégia bem definida de relacionamento com os media na Guerra do Afeganistão. Prova disso foi um episódio

¹¹² “We are appreciative of the details that we've gotten, the video in particular. It's just that it doesn't eliminate the need for the information” (DoD, 2001d)

¹¹³ “I'd also like to just make an observation that the president has talked about losing the war for public opinion; the secretary has talked about it; I know the secretary's even consulted a lot of PR people in town to find out how to improve kind of the image. I would suggest to you that there is a linkage between perhaps losing the PR war and not allowing American news media to have greater access to cover the war and perhaps provide the fair balanced picture that you want. So I would suggest if you do care about how the war is being portrayed in this country and overseas, perhaps the problem is bottling up the news media” (DoD, 2001e)

“desastroso” (Knightley, 2004: 530) que fez lembrar a Primeira Guerra do Golfo e que, no fundo, ditou a urgência da adoção de uma nova estratégia. A 5 de Dezembro de 2001, a Marinha norte-americana confinou num armazém os jornalistas e fotógrafos que participavam numa *pool*, quando alegadamente as tropas foram atingidas por fogo amigo. Só mais tarde lhes foi permitido saber o sucedido, através de informação oficial divulgada num *press release* (Cortell *et al*, 2009; Knightley, 2004). Este episódio levou o Departamento de Defesa a divulgar um pedido de desculpas oficial¹¹⁴, reconhecendo a impreparação para lidar com os media neste conflito. O mesmo comunicado, assinado por Victoria Clarke, afirmava que o Departamento de Defesa tinha a responsabilidade de dar aos jornalistas a oportunidade para cobrir a guerra e que nos dias seguintes iriam ser delineadas as regras para o futuro relacionamento com os media.

A 13 de Dezembro, o Departamento de Defesa lançou um novo documento¹¹⁵ que indicava “o caminho a seguir” no Afeganistão. Para além dos três centros de imprensa criados no início do conflito nos EUA, Reino Unido e Paquistão que centralizavam a informação disponibilizada posteriormente aos media, o Departamento de Estado informava da instalação de três Centros de Informação da Coligação (*Coalition Press Information Centers*) no Afeganistão em Mazar-e-Sharif (a norte do país), Bagram (perto de Cabul) e Kandahar (sul do país). O acesso dos jornalistas a estas bases de informação seria realizado semanalmente a partir do Bahrein. Este esforço de relacionamento com os media representou um primeiro passo para uma mudança significativa da cobertura mediática do conflito. A 20 de Dezembro de 2001, o Departamento de Defesa lançava o primeiro documento de estratégia para a cobertura dos media da *Operation Enduring Freedom* (DoD, 2001f), no qual pela primeira vez se referia a adoção de um programa de *embedding* de jornalistas com as tropas da coligação, embora ainda de forma limitada. Uma semana após o lançamento do comunicado, em nova reunião com os representantes dos media em Washington, um dos presentes questionou Victoria Clarke se existiam já jornalistas *embedded* com as tropas das operações especiais, ao que a assistente respondeu que o Departamento de Defesa estava a estudar de forma séria e a analisar “caso a caso” essa hipótese. Além disso, pela primeira vez, o Departamento de Defesa referiu abertamente que o sistema de *pool* não faria sentido neste conflito e que iria apoiar, tanto no Bahrain como nas

¹¹⁴ vide Anexo 6

¹¹⁵ vide Anexo 6

novas bases criadas no Afeganistão, os jornalistas que decidissem cobrir de forma autónoma o conflito (DoD, 2001g).

Marye (2004) refere que durante a *Operation Enduring Freedom*, um número limitado de jornalistas foi seleccionado pelo exército para aceder a *briefings* da missão e aos planos da *Operation Anaconda* (Março 2002), o primeiro grande assalto desde a batalha de Tora Bora. Os repórteres seleccionados acompanharam as tropas durante a condução da operação militar e não lhes foi permitido divulgar qualquer detalhe da missão antes de as operações terminarem e do regresso à base. Para Marye (2004), nesta missão em específico, verificou-se uma discrepância no rigor da informação entre os jornalistas que participaram na missão e os repórteres unilaterais: “Os media que não estavam envolvidos na operação basearam as suas reportagens na especulação que, embora não totalmente factual, poderia ter comprometido a operação”¹¹⁶ (Marye, 2004: 9). Enquanto isso, os jornalistas envolvidos na operação fizeram um “bom trabalho”¹¹⁷, protegendo a informação e não a divulgando até que deixasse de representar uma ameaça para aqueles que permaneciam no terreno. Este episódio em particular foi um primeiro teste para a adopção oficial do programa e foi interpretado como um sucesso pelas chefias militares. Cooke (2007) defende que a estratégia de colocar pequenas unidades militares no terreno teve como objectivo limitar o acesso dos media às operações de forma muito mais severa que na Primeira Guerra do Golfo, porém não encontramos essa referência em documentos oficiais militares ou da Administração.

A adopção do *embedding* pelo Departamento de Defesa na *Operation Enduring Freedom* não está apenas relacionado com episódios como aquele registado no início de Dezembro de 2001 com o encerramento de jornalistas num armazém. Para críticos como Cortell *et al* (2009), as novas tecnologias, nomeadamente a portabilidade e a velocidade da informação, vieram introduzir um elemento novo na cobertura mediática de conflitos, para além dos outros factores anteriormente enumerados no Capítulo 2. Isto significa que o Departamento de Defesa não consegue controlar todos os fluxos de informação que circulam nos diversos teatros de operação – da frente de batalha à reportagem do quotidiano – nomeadamente dos jornalistas unilaterais, muitos deles em situações de *embedding* informal com as tropas da Aliança do Norte¹¹⁸. Porém, ao

¹¹⁶ “The media not involved in the operation based their reports on speculation, which even though not totally factual could have jeopardized the operation” (Marye, 2004: 9)

¹¹⁷ *ibid*

¹¹⁸ Tal como aconteceu na Primeira Guerra do Golfo, a Administração norte-americana advertiu os jornalistas e editores que, aqueles que decidissem cobrir de forma autónoma o conflito não teriam o

incluir o *embedding* na sua estratégia de relacionamento com os media, os militares podem controlar o fluxo de informação, pelo menos, durante as operações militares em que estão envolvidas tropas norte-americanas.

A delineação da estratégia de relacionamento com os media foi um processo moroso, como as reuniões entre os representantes dos media e membros do Pentágono deixam transparecer. Um ano e um mês desde o início do conflito – os media continuavam a questionar nesses encontros qual a posição da Administração face ao programa de *embedding*. A 1 de Novembro de 2002, o Secretário-Adjunto de Defesa, Bryan Whitman, explicou de forma mais detalhada o “compromisso futuro” com o sistema *embedding*, numa reunião onde estiveram presentes também Victoria Clarke e o Secretário de Defesa Donald Rumsfeld (DoD, 2002).

Porém, apenas em Fevereiro de 2003 – a um mês do início da Guerra no Iraque – o Departamento de Estado lançou um documento oficial com as linhas gerais do sistema *embedding* a serem aplicadas durante “possíveis futuras operações” da responsabilidade do Comando Central dos EUA (DoD, 2003). Interpretamos este facto como uma preparação da forma como lidar com os media no Iraque, não repetindo os erros do Afeganistão. O documento refere a criação do sistema de *embedding* para facilitar a disseminação de informação das linhas da frente de combate, tratando-se de um programa inclusivo para o qual jornalistas norte-americanos e estrangeiros, nomeadamente de países árabes, se poderiam candidatar.

Em 13 páginas, são apresentadas as regras de relacionamento entre correspondentes numa situação de *embedding* e militares, entre as quais se destacam: os repórteres não podem viajar de forma independente, nem serem portadores de armas; as reportagens podem ser adiadas ou censuradas pelos oficiais; todas as entrevistas têm de ser conduzidas *on the record* (e portanto recomenda-se cautela aos militares nas suas afirmações); devem aceitar todas as regras impostas pelos oficiais e pela Administração; os repórteres que desobedeçam a qualquer recomendação ou regra no terreno poderão ser expulsos do contingente (DoD, 2003). O documento clarifica ainda o tipo de informação “divulgável” (14 pontos), nomeadamente, o número de baixas militares, os nomes e naturalidade dos soldados, com o seu prévio consentimento (que de certa forma

mesmo nível de confiança e de cooperação por parte dos militares no terreno que os repórteres enquadrados no programa de *embedding*. Um dos exemplos dados pelas forças especiais para ilustrar o perigo dos repórteres unilaterais reporta a uma situação nos primeiros dias de intervenção dos aliados no Afeganistão quando um bombista, identificado como jornalista, conseguiu furar a barreira de segurança de um líder tribal de um acampamento no Norte do país. Quando se aproximou, detonou um carro bomba, mantendo o líder tribal e atrasando o esforço de guerra naquela região (Starnes, 2004)

humaniza e personaliza a frente de batalha, dando rosto a números); o tipo de forças envolvidas; e os locais de ataque anteriormente realizados. Na categoria de informação não-divulgável (19 pontos) estão detalhes sobre o número exacto de soldados de uma determinada unidade; a eficácia do armamento inimigo; informação sobre operações futuras ou sobre o movimento de tropas em tempo real (DoD, 2003). Desde 2003 que o programa de *embedding* de jornalistas em unidades militares marca uma mudança nas relações entre o corpo militar norte-americano e os jornalistas (Cortell *et al*, 2009). O Afeganistão representa um laboratório na definição e consequente implementação do programa que caracteriza, de certa forma, o relacionamento actual entre as duas instituições no período pós-Vietname, com larga adesão na Guerra do Iraque como tivemos oportunidade de verificar anteriormente. O *embedding* de jornalistas em unidades militares representa também um desafio para os soldados, relembra Marye (2004), na medida em que aquilo que fazem no campo de batalha tem repercussões no sentimento nacional e internacional sobre o conflito. “Não é apenas um soldado, um de muitos, mas um ‘soldado estratégico’ capaz de mudar a imagem geral de uma missão devido a uma má decisão ou uma bala que se desvia do seu alvo”¹¹⁹ (Marye, 2004: 10). Os jornalistas *embedded* com as unidades levam até ao público a imagem dos soldados e do seu quotidiano. Por esta razão, Marye (2004) recomenda que seja dada prioridade a jornalistas de media locais para situações de *embedding* com unidades militares do seu estado ou região, de forma a criar uma ligação familiar e de proximidade entre militares e a audiência.

Embora o sistema tenha sido adoptado sob pressão dos jornalistas, não deixa de haver vozes críticas ao *embedding*. De acordo com Amanpour, o *embedding* é apenas uma outra forma de *pool* – apenas difere no nome. “O que são as *pools*? *Pools* são métodos controlados e supervisionados de reportagem (...) ambas [*embedding* e *pool system*] são formas muito boas de cobertura dramática, visual, mas também com uma grande falha de relatar o que acontece do outro lado”¹²⁰ (2003: 221). Malcolm Browne vai mais longe ao considerar que o “*embedding* parece uma imitação, em alguns aspectos, do sistema alemão na Segunda Guerra Mundial, em que o ministro da

¹¹⁹ “He is not just a soldier, one of many, but he is a “strategic soldier” capable of changing the entire image of a mission with a bad decision or a bullet that strays from its intended target” (Marye, 2004: 10)

¹²⁰ “What are pools? Pools are controlled and supervised methods of reporting (...) both are very good, dramatic coverage, but also a big lack of reporting of what happened to the other side” (Amanpour, 2003: 221)

propaganda destacava determinados jornalistas e fotógrafos a ir para um determinado campo de batalha”¹²¹ (2003: 222).

De forma a compreender melhor a cobertura mediática norte-americana no conflito do Afeganistão, entrevistámos Michael Massing¹²² que esteve por diversas vezes no Iraque e Afeganistão desde 2001. Para o jornalista, o nível de insegurança no Afeganistão impossibilita a movimentação livre dos jornalistas: “É extremamente difícil fazer reportagem nestas condições, é necessário estar consciente que há problemas de segurança e estar *embedded* pode ser uma forma de conseguir ir a sítios que não seria possível ir de outra forma. Num determinado sentido, é uma mais valia”. Porém, Michael Massing aponta vários problemas para este tipo de reportagem, nomeadamente, a forma como é exaustivamente utilizado para cobrir o conflito e a ausência, muitas vezes, de elementos que permitam identificar que o jornalista está numa situação de *embedding*. “Acho que é importantíssimo dar ao leitor pistas que indiquem que aquela reportagem foi feita dentro daquelas condições”, sublinha o jornalista. Para além disso, os jornalistas *embedded* deveriam tomar medidas adicionais para compensar as “limitações óbvias” de estar rodeado de pessoal militar enquanto está a cobrir uma determinada história ou a entrevistar a população local.

De facto, a segurança é vista como um dos grandes entraves na cobertura mediática do Afeganistão. Existem áreas consideradas demasiado perigosas¹²³ para arriscar a cobertura autónoma e, por isso, o sistema *embedded* surge como a única forma de aceder ao terreno, nomeadamente a situações de combate. Os números divulgados pelo *Committee to Protect Journalists*¹²⁴ revelam que os primeiros três meses de conflito foram os mais mortíferos para os jornalistas no Afeganistão, com um registo de nove repórteres mortos. Este facto coincide com o período de negociação entre o Pentágono e representantes dos media norte-americanos, durante o qual se registaram casos pontuais de *embedding*, visto que o programa estava ainda em definição. De 2002 a 2005 não se registaram mortes de jornalistas no território, dados que coincidem com um período em que a insurgência *talib* parecia estar controlada e o sistema de *embedding* começava a ser adoptado pela coligação, permitindo aos jornalistas aceder aos diversos teatros de operação sob proteção militar. Até 2011, 20 jornalistas morreram

¹²¹ “Embedding seems to me an imitation in some respects of the German system in World War II, in which the propaganda ministry assigned specific reporters and photographers to do to specific battlefields” (Browne, 2003: 222)

¹²² vide Anexo 7

¹²³ vide Anexo 4

¹²⁴ vide Anexo 8

no Afeganistão, para além daqueles que foram feridos, raptados ou estão ainda reféns de grupos insurgentes. Segundo Little (2010), a captura e assassinato, em Janeiro de 2002, do jornalista Daniel Pearl¹²⁵ foi um primeiro indicador de como o mundo estava a mudar para os repórteres independentes. “Um novo fenómeno estava a nascer – o da ‘exibição da morte’” (Little, 2010: 11).

Outro dos problemas apontados por diversos analistas e jornalistas que cobrem a Guerra do Afeganistão prende-se com o facto de muitos correspondentes não estarem em permanência no terreno (Massing; Hanrahan, 2011), viajando esporadicamente para cobrir o conflito – ou em situação de *embedding* com tropas da coligação, ou em estadias curtas que impossibilitam uma cobertura holística do conflito. No contexto actual, em que a diminuição dos orçamentos das redacções tem repercussões negativas na reportagem internacional, aderir ao programa de *embedding* é, para muitos órgãos de comunicação social, a única forma de cobrir a guerra, já que os custos associados ao *embedding* são relativamente baixos quando comparados com os custos da reportagem independente, como constata o jornalista Vaughan Smith:

“O *embedding* custa muito pouco dinheiro. O exército faculta comida e tendas. A imprensa pode utilizar frequentemente as comunicações militares e o exército leva-te e traz-te de volta gratuitamente. (...) O exército também te empresta um colete à prova de bala e um capacete. Ainda melhor, os soldados protegem-te do perigo e facultam-te primeiros socorros excelentes se precisares”¹²⁶

(Smith, 2010: 42)

Michael Metrisko¹²⁷, conselheiro para os assuntos parlamentares dos EUA na Embaixada de Cabul e membro da *Provincial Reconstruction Team*, refere numa entrevista que os repórteres que viajam para o Afeganistão periodicamente e querem viajar para fora de Cabul devem estar totalmente *embedded* se quiserem acompanhar as tropas norte-americanas numa patrulha e estão condicionados às regras militares impostas, nomeadamente onde podem ir e o que podem ver. Mesmo aqueles que estão permanentemente no terreno, como os correspondentes do *The New York Times* que têm

¹²⁵ A decapitação de Pearl foi filmada e exibida na internet pelos raptadores

¹²⁶ “Embedding costs very little money. The military provide food and tents. The press can often use military communications and the army will fly you out and back for free. (...) The army also lend you a flak jacket and helmet. Even better, the soldiers will protect you from danger and deliver excelente first aid if they don’t” (Smith, 2010: 42)

¹²⁷ Michael Metrisko foi um dos reféns da embaixada dos EUA no Irão durante os 444 dias do cerco entre 1979 e 1981.

viaturas próprias e circulam por todo o território, têm de estar em *embedding* com as tropas se quiserem cobrir determinadas missões e, portanto, têm de seguir regras apertadas que condicionam naturalmente a reportagem. (Hanrahan, 2011). O facto de os correspondentes não estarem no terreno em permanência desencadeia outro tipo de problemas que afecta, de alguma forma, a cobertura mediática, nomeadamente a criação de redes de contactos e o desenvolvimento de investigação que vá para além das fontes oficiais militares ou de organizações não-governamentais a operar no terreno. Além, disso, defende Metrisko, os jornalistas estão a tratar a guerra actualmente como em 2001 e 2002, quando os EUA começaram as primeiras operações. “Tornámo-nos um exército de ocupação, mas não vemos isso na imprensa. Por que precisamos de estar lá? A imprensa não responde a isso, mas cobre a guerra como se estivéssemos ainda em 2001”¹²⁸ (*apud* Hanrahan, 2011).

Para além da questão da segurança e da consequente adesão ao *embedding*, diversos analistas e jornalistas apontam outro factor de desequilíbrio que influencia a percepção pública sobre a guerra – a barreira linguística. Michael Massing¹²⁹ refere que existe uma falha de conhecimento sobre a cultura e línguas locais por parte dos jornalistas ocidentais que os impossibilita de cobrir de forma mais fidedigna o outro lado do conflito, neste caso, o quotidiano afegão. Esta visão é partilhada por Hanrahan (2011) que refere que as vozes dos afegãos comuns são raramente ouvidas nas reportagens dos media norte-americanos, ao contrário da narrativa oficial, nomeadamente de militares e membros da Administração dos EUA. Isto provoca um desequilíbrio na percepção geral sobre o conflito: “a visão dos EUA sobre esta guerra assenta de alguma forma nos interesses da nossa segurança nacional – ao invés da visão de muitos afegãos de que os norte-americanos são ocupantes”¹³⁰ (Hanrahan, 2011).

O jornalista *freelancer* afegão Hanan Habibzai¹³¹ (2010) considera que os jornalistas ocidentais, e nomeadamente norte-americanos, estão demasiado impregnados

¹²⁸ “We’ve become an army of occupation, but this doesn’t come across in the press. Why do we need to be there? The press doesn’t answer this, but they report on the war like we’re still back in 2001” (*apud* Hanrahan, 2011).

¹²⁹ *Vide* Anexo 7

¹³⁰ “The U.S. view of the war as being somehow in our national security interests – rather than many ordinary Afghan’s view that Americans are occupiers” (Hanrahan, 2011)

¹³¹ O jornalista afegão Hanan Habibzai tinha apenas um ano quando a União Soviética invadiu o país, tendo-se refugiado com a família num campo de refugiados perto de Peshawar, no Paquistão. Mais tarde regressou ao Afeganistão onde ingressou na Universidade de Cabul. Após a queda dos *taliban*, Habibzai começou a trabalhar como *freelancer* para a delegação em pashto da BBC e da agência Reuters. Neste momento vive no Reino Unido, e está em processo de candidatura a doutoramento em Comunicação Estratégica e Informação em Situações de Conflito, na Universidade de Coventry.

na narrativa oficial do conflito e que deveriam dedicar mais tempo à investigação, porque têm o apoio das suas organizações e da presença militar no país, ao contrário dos jornalistas locais que apenas se podem cingir às conferências de imprensa¹³². Na linha de outros jornalistas e analistas, Habibzai (2010) critica o “profundo” desconhecimento do país:

“O Afeganistão é um país de aldeias e montanhas. A maioria das pessoas vive em zonas remotas onde sofrem e experienciam a opressão de funcionários corruptos e cruéis que forçam os locais a pagar impostos ilegais e os deixam sem qualquer rendimento. Em que media ocidentais temos a imagem da vida quotidiana nas aldeias e vales do Afeganistão? Os jornalistas estrangeiros devem viajar mais para as aldeias remotas onde as pessoas são dominadas por senhores da guerra locais, *taliban* e criminosos”¹³³

(Habibzai, 2010: 57)

Nos *e-mails* trocados durante a redacção deste trabalho, Hanan Habibzai partilhou a sua visão, muito crítica, relativamente à cobertura mediática norte-americana, defendendo que os jornalistas locais não são vistos como pares pelos jornalistas ocidentais, mas sim como *fixers*, ou seja, facilitadores entre o jornalista e a história que procura cobrir. Além disso, há um “controlo massivo” da cobertura ocidental do Afeganistão de forma a assegurar que os correspondentes “falam da forma correcta”, indica o jornalista nas conversas por *e-mail*.

Já o jornalista norte-americano Nir Rosen¹³⁴ (2011) afirma que uma das falhas dos jornalistas ocidentais tem que ver com o facto de não abandonarem a *green zone*¹³⁵ das zonas de conflito, numa combinação de “preguiça e desconforto”. E, mesmo quando não existe *green zone* física, os jornalistas criam-na mentalmente. Para Michael Massing, o desequilíbrio na cobertura da Guerra do Afeganistão tem a ver com todos os

¹³² De acordo com o jornalista afegão, os jornalistas locais são as principais vítimas do conflito porque, segundo ele, não têm sistemas sofisticados de segurança como os jornalistas ocidentais e se investigam temas sensíveis recebem imediatamente ameaças de morte.

¹³³ “Afghanistan is a country of villages and mountains. Most of the people are based in remote areas where they suffering and experiencing the oppression of corrupt and cruel officials who still force local people to give them ilegal taxes and leave them without any salary. Where in the Western media are the picture of daily life in the villages and valleys in Afghanistan? Foreign journalists should travel more to remote villages where people are dominated by local warlords, the Taliban or criminals” (Habibzai, 2010: 57)

¹³⁴ Autor do polémico livro *Aftermath: Following the Bloodshed of America's Wars in the Muslim World*, publicado recentemente

¹³⁵ A *green zone* é considerada a zona mais segura e o centro nevrálgico da presença internacional em situações de conflito, sendo um cerco fortificado onde se encontram as embaixadas, o Governo central e ministérios, as delegações dos órgãos de comunicação social internacionais, como acontece em Cabul ou Bagdade.

factores enumerados anteriormente. Quando os jornalistas norte-americanos estão em situação de *embedding* com as tropas, estão com pessoas com quem se identificam culturalmente, partilhando o *background* ocidental e a língua, muitas vezes estando juntos durante semanas ou meses. Além disso, Massing considera que existe uma espécie de “provincialismo intelectual”, o que justifica pouco interesse pelas pessoas das ruas e, consequentemente, uma cobertura superficial, com ausência de reportagem da rua afegã. A informação divulgada sobre o sofrimento da população afegã é escassa nos media ocidentais. A título de exemplo, encontra-se facilmente o número exacto dos soldados mortos da coligação, nomeadamente os seus nomes, as suas histórias e a das suas famílias; contudo, o número de vítimas afegãs continua tema tabu, com pouca repercussão e informação disponibilizada nos media ocidentais (Keeble, 2010).

Também do lado militar existem críticas à cobertura mediática da Guerra do Afeganistão. Para a Administração e chefias militares o *embedding* é um instrumento eficaz para a cobertura daquilo que se passa na frente de combate, originando reportagens exaustivas sobre o quotidiano militar num local remoto como o Afeganistão. À parte do programa, a cobertura dos acontecimentos tem facultado uma imagem desequilibrada do que se passa no país, focando-se sobretudo nas más notícias e nas operações militares. “Reportagens sobre desenvolvimentos positivos são poucas e dispersas”¹³⁶ (Hanagan, 2011: 23). A autora defende que tem havido pouca cobertura sobre o progresso do desenvolvimento económico ou do esforço de reconstrução do país, nomeadamente das eleições de 2004 e 2005, e do período eleitoral entre 2009 e 2010 (cujas reportagens se centraram sobretudo nas suspeitas de fraude eleitoral e não no processo democrático em si). Para além da ausência deste tipo de reportagem, Hanagan (2011) considera ainda que muitas vezes a cobertura é distorcida e factualmente incorrecta, dando o exemplo da revista Time que considerou o Afeganistão um “pântano” no início de Novembro de 2001¹³⁷, depois de apenas quatro semanas de operações militares e num período em que era difícil fazer uma primeira avaliação.

¹³⁶ “Reports on positive developments were few and far between” (Hanagan, 2011: 23)

¹³⁷ O artigo a que se refere Hanagan foi publicado a 4 de Novembro de 2001 na Time com o título “Afghanistan: The War Escalates” (<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1001166,00.html>). A notícia precede uma reportagem publicada pelo *The New York Times* a 31 de Outubro de 2001 sobre a forma como a operação estava a ser conduzida pelos aliados, fazendo analogia à Guerra do Vietname: “A Military Quagmire Remembered: Afghanistan as Vietnam”, acessível em <http://www.nytimes.com/2001/10/31/world/nation-challenged-analysis-military-quagmire-remembered-afghanistan-vietnam.html>.

O Pentágono cedo compreendeu a necessidade da permanência dos jornalistas no terreno por longos períodos. O manual *Counterinsurgency*, elaborado pelos generais David Petraeus e James Amos (2006), sublinha que os repórteres *embedded* experienciam as perspectivas dos soldados nas operações de contrainsurgência e, para poderem relatar da forma mais fidedigna possível o dia-a-dia das operações, devem estar *embedded* tanto tempo quanto possível:

“Os representantes [dos media] *embedded* durante semanas estão mais bem preparados para apresentar reportagens informadas. O *embedding* durante dias em vez de semanas arrisca a que os representantes dos media não adquiram uma compreensão real do contexto das operações. A exposição de curta duração pode realmente levar à desinformação”¹³⁸

(Petraeus e Amos, 2006: 5-11)

O manual aconselha ainda que os media tenham total acesso aos soldados e fuzileiros no terreno, na medida em que estes jovens fazem “quase sempre um excelente trabalho” em articular e transmitir as questões importantes para um público amplo. “Se lhes for dada oportunidade, podem partilhar a sua coragem e o seu sentido de missão com o povo norte-americano e o mundo”¹³⁹ (*ibid*). Estas sugestões espelham a reflexão feita a nível interno pelos militares sobre a necessidade de envolvimento dos jornalistas nas operações, de forma a eliminar ruído na informação. Para além das recomendações sobre o *embedding* o manual afirma ainda que as chefias militares devem organizar conferências de imprensa semanais explicando as operações e demonstrar transparência para as pessoas directamente afectadas pelos esforços de contrainsurgência realizados ao nível do terreno. E deixa ainda um alerta: “a população e media locais nunca devem percepcionar que os contrainsurgentes e as forças locais estão a manipular os media”¹⁴⁰ (Petraeus e Amos, 2006: 5-11).

Para além do programa de *embedding*, Bryan Whitman e a sua equipa de assistentes para os assuntos públicos do Secretário de Defesa engendraram outros instrumentos para veicular a mensagem oficial sobre a Guerra do Afeganistão e de

¹³⁸ “Representatives embedded for weeks become better prepared to present informed reports. Embedding for days rather than weeks risks media representatives not gaining a real understanding of the context of operations. Such short exposure may actually lead to unintended misinformation” (Petraeus e Amos, 2006: 5-11)

¹³⁹ “Given a chance, they can share their courage and sense of purpose with the American people and the world” (*ibid*)

¹⁴⁰ “The populace and HN [host nation] media must never perceive that counterinsurgents and HN forces are manipulating the media” (Petraeus e Amos, 2006: 5-11).

promover o apoio público à intervenção militar. Uma das formas de produzir propaganda militar foi o retrato da guerra real através de a adoção de técnicas cinematográficas dignas de Hollywood. Desta forma, num primeiro momento, o Pentágono facultou acesso às tropas no Afeganistão a dois produtores de Hollywood¹⁴¹ para que pudessem retratar os esforços de guerra dos seus homens através de o género televisivo muito em voga no início do século XXI – a “TV realidade”. De acordo com notícias divulgadas na altura, o Pentágono facultou acesso sem precedentes ao teatro de operações, além de apoio técnico e a disponibilização de porta-aviões do exército à equipa de filmagem. O resultado foi *Profiles from the front lines*, uma série em 13 episódios, transmitida pela ABC em horário nobre, em Fevereiro de 2003 – a um mês do início da Guerra no Iraque (Barringer, 2002; Knightley, 2010). O *The New York Times* salienta que a decisão de convidar produtores de cinema para filmar a Guerra do Afeganistão surge depois de cinco meses de tensão entre militares e jornalistas sobre os limites da cobertura independente do conflito (*ibid*).

Nos anos seguintes, assistimos ao lançamento de diversos documentários e reportagens televisivas de repórteres *embedded*, que retratam o quotidiano da frente de batalha no Afeganistão. Um dos exemplos é o documento premiado *Restrepo*, do escritor Sebastian Junger e do fotojornalista Tim Hetherington¹⁴², que estiveram 12 meses integrados num pelotão de soldados norte-americanos em combate no Vale Korengal, na zona Nordeste do Afeganistão. Trata-se de um documentário que retrata a visão dos soldados daquela unidade em combate, provocando um grande desequilíbrio na perspectiva geral da frente de batalha, na medida em que conta apenas um lado da realidade. Em *Restrepo* assistimos ao dia-a-dia das operações, aos momentos de lazer dos soldados, às razões da batalha naquele vale, aos momentos de cansaço, ansiedade e adrenalina em pleno combate. Assistimos também aos erros cometidos na operação e à tentativa de os ultrapassar negociando com a população local. Trata-se de um relato com uma narrativa bem construída que acaba por revelar alguma ausência de estratégia e de sentido na Guerra do Afeganistão. Porém, destaca-se que, em momento algum, os autores do documentário falam com pessoas locais. Para além do documentário, Sebastian Junger esteve no vale, integrado naquela unidade militar, para escrever para a

¹⁴¹ Jerry Bruckheimer, produtor de filmes como *Black Hawk Down* e *Pearl Harbor* e Bertram van Munster, que criou as séries de “TV realidade” como *The Amazing Race* e *Cops*.

¹⁴² Morto recentemente na Guerra da Líbia. Ganharia a categoria principal do *World Press Photo* em 2007 com uma fotografia que ilustra o cansaço de um soldado norte-americano após uma batalha, da unidade onde estava *embedded*.

Vanity Fair do qual resultou também o livro *War* (2011) que relata o dia-a-dia das operações, sempre da perspectiva militar. No início do livro, o autor publica uma nota com a seguinte ressalva:

“Estive *embedded* como repórter e inteiramente dependente dos militares dos EUA, e de comida, abrigo, segurança, e transporte. Dito isto, nunca me pediram – directa ou indirectamente – para alterar a minha reportagem de qualquer forma ou para mostrar o conteúdo do meu bloco de notas ou das minhas câmaras”¹⁴³

(Junger, 2011: xiii)

Trata-se, de facto, de uma nota importante que nos leva a concluir que existe um pacto de confiança assente nas regras do *embedding* inicialmente definidas e bem compreendidas tanto do lado dos jornalistas como dos militares. Mas existem dados novos sobre o processo de selecção dos jornalistas. De acordo com o documento oficial de 2003, os jornalistas são seleccionados, procurando manter um equilíbrio entre os diferentes tipos de órgãos de comunicação social – televisão, rádio, imprensa escrita e digital; *mainstream* e media locais. Contudo, o jornal *Stars and Stripes*¹⁴⁴ revelava, numa série de artigos em Agosto de 2009, que o processo de selecção incluía também uma análise minuciosa do perfil do jornalista a integrar. De acordo com o jornal, o Pentágono tinha contratado a empresa de relações públicas Rendon Group, desde 2005, para disponibilizar perfis secretos de jornalistas que cobriam a Guerra do Afeganistão. Uma das notícias divulgava que os perfis eram utilizados pelo Pentágono no processo de selecção dos jornalistas a integrar o programa de *embedding* (Shane, 2009), enquanto outra referia que o trabalho recente dos jornalistas é examinado ao pormenor antes de este ser admitido no programa, determinando se a cobertura é “positiva”, “negativa” ou “neutra” comparada com os objectivos da missão (Reed, 2009).

Relativamente ao tipo de cobertura realizada mais recentemente, Keeble (2010) considera que os media *mainstream* a representam não como uma guerra em si, mas

¹⁴³ “I was ‘embedded’ reporter and entirely dependent on the U.S. military and food, shelter, security, and transportation. That said, I was never asked – directly or indirectly – to alter my reporting in any way or to show the contents of my notebooks or my cameras” (Junger, 2011: xiii)

¹⁴⁴ O jornal *Stars and Stripes* opera dentro do Departamento de Defesa, porém a sua independência editorial permite-lhe ser muito crítico relativamente a decisões levadas a cabo pela Administração ou o Pentágono.

como uma sucessão de operações pontuais¹⁴⁵, lideradas pelo país com os maiores recursos militares do mundo sobre um “movimento de guerrilha” num dos países mais pobres do mundo. Neste quadro, a função do jornalista *embedded* com os militares é “fabricar a imagem de legitimidade, de guerra heróica contra uma ameaça credível”¹⁴⁶ (Keeble, 2010: 229). Paralela a estas operações, o autor defende que existe uma “guerra secreta”, nomeadamente no que diz respeito ao assassinato de alegados líderes *taliban* na fronteira com o Paquistão, muitas vezes com recurso a *drones* e portanto sem cobertura possível por parte dos media; os *raids* nocturnos da CIA e das forças especiais que não permitem a presença de jornalistas; e ainda a questão dos detidos e das alegadas torturas em Guantánamo, também longe do olhar indiscreto dos media. Porém, existem operações para as quais os media são convidados a participar, levando diversos autores (Keeble, 2010; Smith, 2010) a considerar que são fabricados para atrair atenção mediática.

Uma das últimas grandes operações foi a *Operation Mushtarak*, lançada em Fevereiro de 2010, que representou um teste para a estratégia de retirada das forças da NATO e *afeganização* do conflito. Foram destacadas cinco brigadas de forças afegãs e cerca de quatro mil soldados da coligação, para um assalto a uma pequena comunidade agrícola no centro da província de Helmand (Sul do país). A maior parte da cobertura foi realizada por jornalistas de imprensa escrita *embedded* com diferentes unidades. Porém, o que teve mais expressão foi o documentário produzido pela HBO, denominado *The Battle of Marjah*¹⁴⁷ e filmado por uma equipa enviada pelo canal, que retrata uma vez mais a agonia e a adrenalina dos Fuzileiros norte-americanos em combate – das difíceis decisões no terreno às mortes de civis afegãos por erro. A principal mensagem do documentário, filmado numa operação militar num dos anos mais mortíferos para as tropas da coligação e numa fase de declínio do apoio popular, é de que não existem respostas fáceis na condução da guerra. Na preparação da operação, a imagem de Marjah apresentada pelos militares era de uma cidade que detinha 400 a 1.000 insurgentes, numa cidade de 80 mil pessoas – uma informação largamente difundida pelos media. Segundo Keeble (2010), se os jornalistas tivessem ido para além das fontes oficiais, teriam questionado a informação divulgada pelos militares, já que

¹⁴⁵ Mais recentemente enumeramos a *Operation Snake Bite* (2007), a *Operation Panther's Claw* (2009) e a *Operation Moshtarak*.

¹⁴⁶ “to manufacture the image of legitimate, heroic ‘warfare’ against a credible threat” (Keeble, 2010: 229)

¹⁴⁷ Pode ser visto na íntegra em <http://www.youtube.com/watch?v=X1zBZWGKJJY>

Marjah não se tratava de uma cidade, mas sim um aglomerado de casas de agricultores, numa vasta área agrícola que cobre o vale do rio Helmand.

Este episódio ilustra a dependência dos media ocidentais na versão oficial da Guerra do Afeganistão. De facto, os problemas enumerados anteriormente – da insegurança da reportagem independente às barreiras linguísticas, passando por um certo *provincialismo intelectual* – dificultam a cobertura do conflito. Para autores como Knightley, a Guerra do Afeganistão representou um “ponto de viragem” no relacionamento entre militares e jornalistas, “o momento que marca o triunfo final dos militares sobre os media” (2010: 114). Para o autor, a introdução do *embedding* nos conflitos pós-11 de Setembro, a adopção da reportagem televisiva com recursos a técnicas de Hollywood e, ainda, a retórica de Guerra ao Terrorismo, etiquetam vozes mais críticas de “deslealdade aos homens e mulheres na frente de batalha”, eliminando a razão de ser do correspondente de guerra. De facto, a adopção do sistema de *embedding* é visto como um sucesso por parte da Administração, por conseguir transmitir de forma clara a sua mensagem a partir do teatro de operações. Porém, tem as suas limitações na cobertura do *outro* lado da história. Por sua vez, os media têm falhado neste conflito em estimular o debate sobre as estratégias militares no terreno e pela decisão consciente de que em tempo de guerra os principais interesses recaem no apoio ao Governo, renunciando ao direito de informar e ao seu dever de primeiro rascunho da história (Knightley, 2010).

Contrariamente à visão de Knightley, o editor executivo da *BBC College of Journalism*, Kevin Marsh (2010), considera que o fracasso do jornalismo em dar uma visão geral da Guerra do Afeganistão não teve a ver com o acesso à linha da frente de combate, mas sim às especiais circunstâncias iniciais da guerra e às falhas dos editores dos órgãos de informação. “O jornalismo (...) foi largamente influenciado pelo consenso político no pós-11 de Setembro”¹⁴⁸ (Marsh, 2010: 81) e grande parte da responsabilidade recai nos editores dos media.

Embora controverso, o sistema de *embedding* é o instrumento utilizado por excelência pelos militares no seu relacionamento com os media no século XXI. Diversos autores criticam o facto de possibilitar a cobertura de apenas um dos lados do conflito, não permitindo uma visão geral e equilibrada. Hayward (2010) chega mesmo a admitir que o repórter se torna *cheerleader* da Administração, cobrindo apenas aquilo

¹⁴⁸ “Journalism (...) was hugely influenced by the political consensus in the face of the 9/11 attacks” (Marsh, 2010: 81).

que quer que o jornalista veja. Porém, possibilita ao jornalista *estar* na frente de batalha, permitindo-lhes ver com os seus próprios olhos a batalha e relatar o que acontece – sejam acontecimentos positivos ou negativos. Apesar de, até à data, ser entendido como um método eficaz de dar a conhecer a versão da história da coligação no Afeganistão, o sistema de *embedding* fez já uma vítima: o General Stanley McChrystal, entendido como o guru da estratégia de contrainsurgência e das operações especiais no conflito, que foi demitido em Junho de 2010 após afirmações polémicas publicadas pelo jornalista Michael Hastings¹⁴⁹ da *Rolling Stone*, sobre a estratégia da Administração Obama na Guerra do Afeganistão. Este episódio, bem como o depoimento do realizador do documentário *Restrepo* Sebastian Junger, sugere-nos que as regras do *embedding* estão a ser aplicadas, nomeadamente no que diz respeito às afirmações ditas *on the record* perante o repórter e à liberdade de expressão do jornalista perante o que vê. Posto isto, Knightley afirma de forma peremptória de que “o *embedding* funcionou tão bem como parte da estratégia que, sem dúvida, fará parte de qualquer guerra futura”¹⁵⁰ (2004: 534).

3.2.1 A opinião pública e a Guerra do Afeganistão

Como referido anteriormente, denotou-se o efeito *rally round the flag* na Guerra do Afeganistão com quase 90 por cento dos norte-americanos a apoiarem a intervenção no país para retirar do poder o regime *talib*, capturar Osama Bin Laden e erradicar a rede terrorista Al Qaeda que havia planeado o 11 de Setembro. O dia 9 de Dezembro de 2001 representa simbolicamente o colapso do regime *talib* no Afeganistão com a queda do último reduto em Kandahar, uma data naturalmente assinalada pelos media norte-americanos. O sucesso da *Operation Enduring Freedom*, embora criticada pontualmente nos e pelos media norte-americanos, fez com que a intervenção mantivesse a aprovação popular norte-americana acima dos 90 por cento, em 2002. Porém, desde 2003 que tem vindo gradualmente a decrescer, registando valores históricos de desaprovação popular em 2011.

Existem diversos factores que ajudam a perceber esta diminuição gradual do apoio da opinião pública norte-americana na Guerra do Afeganistão. Aplicando a lógica

¹⁴⁹ Conceituados jornalistas norte-americanos criticaram a postura do jornalista da *Rolling Stone*, defendendo que deveria ter sido mais cauteloso naquilo que publicou, já que a sua atitude poderia significar um maior fechamento e contenção nas afirmações das chefias militares no terreno

¹⁵⁰ “The embedding part of the strategy worked so well that will now, without question, be part of any future war” (Knightley, 2004: 534)

de mercado analisada no Capítulo I, identificamos que, num primeiro momento, a informação sobre o conflito era escassa, não só pela prematuridade do conflito, mas também pelas próprias limitações do acesso dos media ao terreno impostas pela Administração dos EUA. Isto significa que a maior parte da informação veiculada pelos media tinha como principais protagonistas as fontes oficiais – tanto da Administração, como das chefias militares no terreno que sublinham o sucesso das operações. À medida em que o conflito se desenvolve e o nível de informação aumenta, nomeadamente sobre erros estratégicos e o número de baixas civis e militares, a opinião pública tende a ser mais céptica relativamente ao período inicial. Se em 2002, cerca de 90 por cento dos norte-americanos apoiavam o esforço militar dos EUA no conflito, em 2011, esse número baixou para os 53 por cento¹⁵¹. Miller (2010) aponta diversas razões para esse declínio, nomeadamente a retórica confusa e pouco consistente dos líderes políticos; o aumento de baixas militares e uma percepção geral de que a guerra no terreno está a ser perdida. Além disso, a impopularidade e ilegitimidade percebidas na Guerra do Iraque propagaram-se para a Guerra do Afeganistão. Esta perspectiva de Miller (2010) sugere que, apesar de ser reconhecida como uma intervenção legítima no início da Guerra ao Terrorismo, a confiança nesta campanha militar foi destruída pela Guerra do Iraque no que diz respeito à honestidade e integridade da liderança política e provocou um clima de insuspeição a qualquer conflito iniciado pela Administração Bush.

Também Cooke (2007) relaciona o declínio da opinião pública com a estratégia pouco clara da Administração Bush desde o início da Guerra do Iraque e pela percepção veiculada pelos media de que a insurgência está novamente a ganhar terreno no Afeganistão. Essa percepção geral reflecte-se numa sondagem realizada pela *Gallup*¹⁵² em Janeiro de 2009 que revela que 70 por cento dos norte-americanos considera que, se os EUA e os seus aliados saírem do Afeganistão, os *taliban* regressarão ao poder. Em 2009, uma sondagem realizada pelo *Pew Research Center for the People & the Press* (2009), em parceria com o *Council on Foreign Affairs*, revelava ainda que os norte-americanos estavam mais optimistas em relação a mudanças de longo prazo para a estabilização do Iraque que do Afeganistão.

Cooke (2007) aponta outros factores, nomeadamente o debate iniciado internamente nos EUA em 2002, quando a primeira grande operação militar no

¹⁵¹ vide Anexo 9. A nível internacional, o decréscimo de apoio popular é ainda mais significativo. Por exemplo, no Reino Unido esse apoio decaiu de 70 por cento no início de 2002 para os 30 por cento no Verão de 2008 (Miller, 2010)

¹⁵² vide Anexo 9

Afeganistão havia já terminado, sobre o tratamento e os direitos dos inimigos capturados e a questão de Guantánamo. Um dos jornais mais críticos tem sido o *The New York Times* que a 22 de Janeiro de 2002, 10 dias após a chegada dos primeiros 156 prisioneiros a Guantánamo, dedicou o editorial aos prisioneiros, defendendo que era do interesse dos EUA que fossem facultadas condições humanas e legais aos detidos, ao abrigo da Convenção de Genebra (*The New York Times*, 2001)¹⁵³.

Actualmente, embora a tendência da opinião pública norte-americana sobre a permanência no Afeganistão seja de diminuição gradual, à medida que o conflito se arrasta e os media fazem ecoar a Guerra do Vietname, existem determinados momentos que influenciam, embora efemeramente, o apoio popular. Foi o caso da morte de Bin Laden no início de Maio de 2011 que provocou um aumento de quatro pontos percentuais, relativamente a Março do mesmo ano, no apoio da opinião pública norte-americana sobre o envolvimento dos EUA no conflito. De acordo com a sondagem realizada pela *Gallup* (2011), foi a primeira vez em dois anos que a maioria da população partilhava a visão de que os EUA estavam a fazer um bom trabalho no Afeganistão. A mesma sondagem revelou que 59 por cento da população considera que, agora que Bin Laden – o autor moral dos atentados – está morto, a missão dos EUA no Afeganistão está cumprida e as tropas devem regressar a casa (e, portanto, as baixas militares começam a ser cada vez mais difíceis de justificar).

Como demonstra o primeiro gráfico do Anexo 9 sobre a tendência da opinião pública nos últimos três anos, democratas e republicanos têm uma visão diferente sobre o conflito, porém a nível geral regista-se uma maioria que se opõe à permanência no Afeganistão. A maior parte dos democratas e independentes continua a defender que a guerra não vale os elevados custos de permanência no Afeganistão e os elevados números de baixas militares registados nos últimos anos. Embora mais estável, também o apoio republicano tem decaído drasticamente nos últimos três anos, de um registo de 79 por cento de apoio à guerra em 2009 para 47 por cento no início de 2012, à medida que as más notícias se vão sucedendo nos media.

¹⁵³ O *The New York Times* mantém no seu site um projecto com informação detalhada sobre cada prisioneiro detido em Guantánamo ou transferido para outro país, desde 2002 até à actualidade (acessível em <http://projects.nytimes.com/guantanamo/>)

3.2.2 A *Al Jazeera* na Guerra do Afeganistão – “Quem precisa da CNN?”¹⁵⁴

A abertura de uma delegação em Cabul, anos antes da intervenção militar norte-americana no Afeganistão¹⁵⁵, permitiu à *Al Jazeera* fazer uma cobertura exclusiva da maior parte dos acontecimentos na capital nos primeiros dias do conflito, difundindo imagens e vendendo conteúdos para outras televisões, nomeadamente ocidentais. Como foi dito anteriormente no Capítulo II, a criação da *Al Jazeera* veio revolucionar o panorama mediático árabe e internacional. Se num primeiro momento a sua presença se fez sentir particularmente nos países árabes (sendo considerada um incómodo para diversos Governos desde o Norte de África ao Médio Oriente), a partir da Guerra do Afeganistão o seu papel foi catapultado para a arena internacional, sendo reconhecida como um *medium* muitas vezes em contramão com a visão ocidental do conflito. Enquanto as tropas norte-americanas e britânicas realizavam o assalto inicial ao Afeganistão, a *Al Jazeera* transmitia as primeiras cassetes com mensagens de Osama Bin Laden, que revelam que o líder da Al Qaeda reconhecia a importância da propaganda neste conflito. A transmissão das cassetes viria a provocar uma onda de consternação e a mudar a percepção do mundo ocidental relativamente à *Al Jazeera* de “fenómeno de democracia” para “porta-voz de Bin Laden”, apesar de o canal se considerar simplesmente um instrumento de difusão num ambiente mediático competitivo (Bessaiso, 2005).

Através de a *Al Jazeera*, os discursos inflamatórios de Bin Laden apelavam à insurgência contra a Guerra do Afeganistão, que considerava uma guerra religiosa, enquanto os media ocidentais se centravam fundamentalmente em fontes oficiais norte-americanas que enquadravam a invasão na chamada Guerra ao Terrorismo. Porém, a *Al Jazeera* defendia que a transmissão das mensagens de Bin Laden dava a oportunidade ao público de ouvir o outro lado da história e conhecer melhor o homem mais procurado do mundo, bem como o motivo dos atentados aos EUA. De acordo com o editor do canal Ibrahim Helal, a escolha de Bin Laden poderá ter recaído na *Al Jazeera* por ser um canal que estava em Cabul e, portanto, facilmente acessível; e por transmitir em árabe, a sua língua materna.

¹⁵⁴ Título de primeira página do *The Guardian* a 9 de Outubro de 2001 – dois dias após o início da ofensiva militar no Afeganistão – que acompanhava uma imagem de Cabul a ser atingida por mísseis da coligação, com o logotipo da estação (um *frame* das imagens televisivas).

¹⁵⁵ Em 1997, a *Al Jazeera* entrou em negociações com o regime *talib* numa primeira tentativa de abrir um escritório em Cabul, o que viria a acontecer em 1999, quando os *taliban* deram permissão a dois canais televisivos e uma agência para operar no país: *Al Jazeera*, CNN e Reuters. A CNN viria a recusar, aparentemente pela falta de interesse em operar no Afeganistão, após a retirada russa (Bessaiso, 2005).

A postura da *Al Jazeera* face à Guerra do Afeganistão provocou imediatamente uma reacção da Administração norte-americana. No primeiro dia das operações no Afeganistão, o Secretário de Estado Colin Powell acusou o canal de colocar no ar “afirmações vitriólicas e irresponsáveis”, numa referência à transmissão das cassetes de Bin Laden (*apud* Straus, 2001). Muitos media norte-americanos seguiram a posição de Colin Powell. A título de exemplo, o *New York Times* afirmou que o canal tem uma visão viciada e parcial, sendo assumidamente anti-Israel e anti-EUA, considerando-o irresponsável pela transmissão das mensagens de Bin Laden que reforçam as visões antiamericanas na região (Straus, 2001). Também a Conselheira de Segurança Nacional dos EUA, Condoleeza Rice, se demonstrou contra a *Al Jazeera*, apelando para que deixasse de transmitir “propaganda terrorista” ou de servir de veículo a mensagens codificadas da rede Al Qaeda (Carey, 2011). Além disso, a Administração demonstrou o seu descontentamento pela cobertura exaustiva que a *Al Jazeera* fez do antiamericanismo no mundo muçulmano que se seguiu ao 11 de Setembro.

De facto, o monopólio de cobertura mediática ocidental de conflitos, que possibilitava aos EUA, de certa forma, manter a segurança das suas operações e promover a sua causa terminou na Guerra do Afeganistão. Como reacção ao mau-estar provocado pela *Al Jazeera* nos EUA, os cinco maiores canais norte-americanos aderiram ao pedido feito pela Administração para censurar imagens perturbadoras resultantes de operações da coligação e para não transmitir mensagens de Bin Laden ou da Al Qaeda (Knightley, 2010). O então presidente da CNN¹⁵⁶, Walter Isaacson, terá enviado um memorando à sua equipa solicitando que reportagens sobre mortes ou sofrimento no Afeganistão provocadas pelos bombardeamentos dos EUA fossem “escritas cuidadosamente” (Andersen, 2007: 205). McChesney (2001) refere que, tratando-se a CNN de um canal televisivo global, com poder de influência não só a nível nacional, Walter Isaacson autorizou a transmissão de duas versões distintas sobre a Guerra do Afeganistão: uma com visão mais crítica que iria de encontro às expectativas do público internacional, também ele mais crítico; e uma cobertura mais “açucarada” para a audiência norte-americana. Também o Governo britânico demonstrou desconforto face à *Al Jazeera*, nomeadamente desde Agosto de 2001, quando o canal passou a ser transmitido gratuitamente no Reino Unido para uma audiência de cerca de 10 milhões de pessoas.

¹⁵⁶ A CNN lançou uma versão em árabe do site (<http://arabic.cnn.com/>) em Janeiro de 2002, de forma a tentar conquistar audiência, neste caso digital, no mundo árabe.

De forma a tentar isolar ainda mais Osama Bin Laden, a Administração Bush, através de manobras diplomáticas da embaixada dos EUA em Doha, procurou que o Governo do Qatar interviesse na cobertura da *Al Jazeera*. Porém, apesar da pressão exercida pelo emir qatari, o canal mantinha-se fiel à sua linha editorial de cobrir ambos os lados do conflito – permitindo tempo de antena não só à coligação, mas também a membros da Al Qaeda. A 12 de Novembro de 2001, a delegação da *Al Jazeera* em Cabul foi atingida por um míssil das forças da coligação, aparentemente por erro. Os jornalistas e editores da estação no Qatar afirmaram nos dias seguintes acreditar que a delegação havia sido atingida deliberadamente de forma a punir a cobertura feita da Guerra do Afeganistão, que contrariava os esforços norte-americanos e britânicos no terreno. Mais tarde Craig Quigley, um dos assistentes do Secretário de Defesa, veio a público afirmar que não se tratara de um erro. O complexo da *Al Jazeera* em Cabul foi considerada um alvo legítimo porque “tem sido repetidamente local de actividade significativa da Al Qaeda”¹⁵⁷ (*apud* Knightley, 2010: 114). Reconhecendo que o incidente poderia desencadear uma onda de indignação no mundo muçulmano, a estratégia norte-americana e britânica relativamente ao canal alterou-se nos meses seguintes, com diversos diplomatas, políticos e outras figuras proeminentes a aceitar dar entrevistas para o canal. Foi o caso do Primeiro-Ministro britânico Tony Blair que em Outubro de 2001 foi entrevistado pela *Al Jazeera*, tratando-se de uma manobra da política britânica de conquistar “hearts and minds”¹⁵⁸.

De acordo com Bessaiso (2005), durante as primeiras operações militares, a *Al Jazeera* captou de forma exaustiva imagens das baixas civis afegãs. Um dos rostos da estação em Cabul era Tayseer Allouni, que divulgava que muitas cidades e aldeias afegãs estavam a ser alvo de ataques, provocando inúmeras mortes e feridos. O facto de essas imagens e histórias serem replicadas por outros media árabes, nomeadamente televisões e jornais, demonstra que a estação exerce influência em todo o mundo árabe. Massing (2004) defende mesmo que a *Al Jazeera* desempenha um papel central em como o mundo árabe vê as Guerras do Afeganistão e Iraque (2004) e considera que a estação permanece um enigma:

¹⁵⁷ “It had repeatedly been the location of significant al-Qaeda activity” (*apud* Knightley, 2010: 114)

¹⁵⁸ No dia seguinte à entrevista diversos tabloides britânicos criticavam a decisão de Tony Blair, afirmando que o primeiro-ministro havia cedido à “televisão de Bin Laden” (*The Sun*) ou “televisão árabe” (*The Mirror*) (Bessaiso, 2005).

“Por um lado, transmite longas entrevistas com oficiais norte-americanos como Donald Rumsfeld e Richard Myers; durante a guerra, ficou com os *briefings* do Pentágono muito tempo depois de outras redes já se terem aborrecido e seguido em frente. A *Al Jazeera* tem afrontado muitos Governos árabes com a sua cobertura aberta das suas políticas repressivas. (...). Ao mesmo tempo, a *Al Jazeera* transmite cassetes não-editadas de Osama Bin Laden, e muitos dos que seguiram as suas reportagens no Afeganistão durante a guerra sentem que existe decididamente uma tendência pro-*taliban*”¹⁵⁹

(Massing, 2005: 16-17)

Apesar de as críticas e acusações que o canal tem sido alvo, provou ter capacidade para cobrir a Guerra ao Terrorismo, de um ponto vista não-ocidental (Bessaio, 2005), facultando imagens exclusivas do Afeganistão, num papel anteriormente desempenhado pela CNN, por exemplo, na I Guerra do Golfo. De facto, a cobertura da *Al Jazeera* da Guerra do Afeganistão, muitas vezes exclusiva, vem contrariar os esforços da coligação em controlar ou, de certa forma, limitar, o fluxo de informação transmitida do terreno. A sua posição privilegiada face a outros media ocidentais facultou-lhe não só reconhecimento bem como receitas avultadas. Zednik (2002) sublinha que no início do conflito, a CNN assinou um contrato de parceria com a estação, seguindo-se a ABC News, a BBC e a alemã ZDF. A título de exemplo, um vídeo de três minutos de Bin Laden rendia cerca de 250 mil dólares norte-americanos à estação e outras imagens renderiam aproximadamente 20 mil dólares por minuto¹⁶⁰.

No Capítulo II, tentámos perceber como a emergência da *Al Jazeera* ditou, de certa forma, o fim da hegemonia ocidental no campo mediático. A Guerra do Afeganistão veio apenas confirmar essa constatação. Para além de cobrir a guerra de uma perspectiva árabe, a estação conseguiu em diversos momentos impor a sua agenda mediática, nomeadamente pela sua exclusividade a determinados temas e pela sua posição privilegiada no terreno já que foi o único órgão de comunicação social com expressão global a relatar os acontecimentos em tempo real quando os primeiros mísseis

¹⁵⁹ “On the one hand, it has run lengthy interviews with US officials like Donald Rumsfeld and Richard Myers; during the war, it stayed with the Pentagon’s briefings long after other networks had gotten bored and moved on. Al-Jazeera has offended many Arab governments with its frank coverage of their repressive policies (...) At the same time, al-Jazeera has aired unedited tapes from Osama Bin Laden, and many who followed its reports from Afghanistan during the war there felt it had decidedly pro-Taliban tilt” (Massing, 2005: 16-17)

¹⁶⁰ Segundo Bwssaiso (2005), a discrepância de valor entre as imagens de Bin Laden e outras imagens do país tem a ver com o interesse manifestado pelas cassetes do líder da Al Qaeda, em detrimento de outras imagens, muitas delas de reportagem sobre o impacto da guerra no quotidiano afegão.

começaram a atingir a capital¹⁶¹. Até recentemente, o público global, nomeadamente a audiência árabe, tinha poucas alternativas à CNN, à BBC ou a outros media que dominavam a divulgação de informação. Porém, a *Al Jazeera* é hoje reconhecida como um adversário legítimo no panorama global.

3.2.3 O debate sobre a Guerra do Afeganistão no blogue “At War” do *The New York Times*

O *The New York Times* é um dos jornais norte-americanos com maior presença em território afegão, em permanência desde 2001. A delegação em Cabul é composta por um núcleo duro de jornalistas e fotógrafos que se revezam ao longo do ano, tendo em permanência entre três e oito jornalistas estrangeiros no país. Para além disso, a delegação do jornal é composta ainda por três jornalistas afegãos e diversos colaboradores espalhados por todo o país. Na sua edição electrónica, o *The NYT* criou o blogue “At War”¹⁶², de reportagem do Afeganistão, Paquistão, Iraque e de outros conflitos na era pós-11 de Setembro (actualmente inclui reportagens também das revoltas árabes, sobretudo da Líbia e Síria), onde são publicadas não só reportagens sobre zonas de conflito, mas também análises e reflexões sobre as tendências da reportagem de guerra no mundo actual. Trata-se de um espaço interactivo, de contacto com os leitores que são convidados a colocar questões e onde, por vezes, os próprios jornalistas colocam dúvidas que surgem no campo de batalha¹⁶³.

Sobre o Afeganistão, numa sessão de “Q&A” (perguntas e respostas”) promovida pelo blogue sobre a Operação em Marja, um dos leitores pergunta como é o nível de segurança no Afeganistão, e a resposta da jornalista Alissa J. Rubin reforça a visão de Michael Massing e de outros autores anteriormente referidos sobre o problema da insegurança fora da capital afegã:

“Cabul é muito mais segura que Bagdade para mim. Podemos jantar fora sem necessidade de todo aquele tipo de segurança que tínhamos em Bagdade. Dito isto, ir para

¹⁶¹ No período entre o 11 de Setembro e o início do conflito, os *taliban* ordenaram a evacuação dos estrangeiros no país, incluindo jornalistas. Porém, o jornalista da *Al Jazeera* Tayseer Allouni convenceu o regime argumentado que era residente no Afeganistão há mais de dois anos e que esse facto o distinguia dos restantes repórteres.

¹⁶² Vide <http://atwar.blogs.nytimes.com/>

¹⁶³ Um exemplo: no ano passado, em plena Guerra na Líbia, o jornalista C. J. Chivers questionava os leitores sobre um novo tipo de bomba *cluster* que havia encontrado e fotografado na Líbia, mas cujo o nome desconhecia. Seguiu-se um debate de diversas semanas no blogue sobre o engenho até se chegar a um consenso (vide <http://atwar.blogs.nytimes.com/2012/02/01/can-you-name-this-cluster-bomb/>).

fora de Cabul é mais perigoso que viajar para fora de Bagdade. Os *taliban* são uma insurgência rural, portanto tanto *embedded* com as tropas norte-americanas como viajares *unembedded* fora de Cabul estás potencialmente em perigo”¹⁶⁴

(Rubin, 2010)

Desde 2010 que os jornalistas do *The NYT* animam o debate neste blogue sobre as Guerras no Afeganistão e no Iraque, apelidando-as de “embedistan”, dada a vasta adesão dos jornalistas a este tipo de reportagem. No primeiro texto sobre esta questão, o jornalista Stephen Farrell afirmava que “ainda antes de um jornalista de revista ter derrubado o Gen. Stanley A. McChrystal, já a prática institucionalizada dos jornalistas se movimentarem e viverem com unidades militares era um dos legados mais controversos das guerras dos EUA no século XXI”¹⁶⁵ (Farrell, 2010). Para o jornalista do *The NYT*, estar *embedded* com um jornalista não constitui o maior problema. O cepticismo com este programa passa sobretudo pelo receio de que os repórteres se identifiquem demasiado com os militares e deixem de ser capazes de relatar uma má notícia, isto é, passem consciente ou inconscientemente a autocensurar o seu trabalho. Farrell (2010) integra no seu texto o depoimento do jornalista Seymour Hersh, um dos mais conhecidos jornalistas de investigação norte-americanos, que afirma que o *embedding* é a “pior coisa” que aconteceu ao jornalismo na última década e meia, desde a I Guerra do Golfo: “E é uma estratégia brilhante. É realmente controlada e magoa o jornalismo”¹⁶⁶ (*apud* Farrell, 2010).

Um dos primeiros relatos no blogue é do jornalista C. J. Chivers (2010) sobre a sua experiência de *embedding* com tropas norte-americanas durante o assalto a Marjah. Chivers começa por explicar que os limites de espaço no jornal e a ausência de electricidade foram os únicos entraves para não ter publicado de imediato a informação recolhida no terreno. O jornalista integrou um batalhão constituído por soldados que faziam parte do grupo de 30 mil soldados que a Administração Obama havia enviado em 2010 para o Afeganistão, composto por jovens que, na sua maioria, nunca haviam experimentado situações de combate real e relata como foram irredutíveis na batalha,

¹⁶⁴ “Kabul feels much safer than Baghdad to me. We can go out to dinner and do not need the kind of security we did in Baghdad. That said, going outside of Kabul’s borders feels more dangerous than it did to journey outside of Baghdad. The Taliban are a rural insurgency so when you embed with American troops or travel unembedded outside of Kabul, you are potentially in harm’s way” (Rubin, 2010)

¹⁶⁵ “Even before a magazine journalist brought down Gen. Stanley A. McChrystal, the institutionalized practice of journalists moving and living with military units was one of the most controversial legacies of America’s 21st-century wars” (Farrell, 2010)

¹⁶⁶ “And it has really curbed, and hurt journalism” (*apud* Farrell, 2010)

enfrentando a doença e a inexperiência de combate (conta, por exemplo, como era ofegante e sofrida a respiração dos soldados durante a noite, devido à inadaptação ao rigor climatérico da região). Em diversos comentários a esta publicação, os comentadores agradecem a cobertura da *Kilo Company* que os filhos integram, agradecendo ao jornalista por “manter a fé com as tropas”.

Num outro testemunho para o blogue, o jornalista da Time Richard A. Oppel (2011) considera que existem aspectos genuinamente positivos no *embedding* nomeadamente a possibilidade dos jornalistas assistirem à guerra numa perspectiva do soldado comum que ultrapassa a visão que o Pentágono ou as altas chefias militares pretendem passar. Dada a cobertura menos positiva dos jornalistas *embedded* nos últimos anos da Guerra do Afeganistão, Oppel (2010) tem dúvidas sobre a manutenção do programa, na medida em que os militares estão preocupados com a cobertura negativa dos *embedded* que conduz a uma diminuição do apoio da opinião pública à guerra. De acordo com o jornalista o plano poderá passar pela diminuição do número de *embedding* em zonas *pashtun* no Sul do Afeganistão, onde existe mais resistência, “distraindo” os jornalistas em lugares onde consideram ter mais sucesso militar.

Também o jornalista Anthony Shadid¹⁶⁷ (2010) participou na discussão, partilhando a sua experiência enquanto repórter *unembedded* no Iraque e enumerando os constantes perigos que o jornalista independente enfrenta naquele conflito. A opinião do jornalista sobre o programa *embedding* revela cepticismo relativamente às intenções dos EUA, afirmando que não queria que “o Pentágono escrevesse esta história como um argumento, com recurso a argumentistas, e a tentação, irresistível em conflito, para manipular a realidade”¹⁶⁸ (2010). Apesar de considerar um esforço meritório por parte dos EUA, Shadid defende que os leitores precisam de saber como é que os norte-americanos combatem neste conflito, mas tão importante como isso, *onde* é que as bombas caem.

De facto, a questão do *embedding* tem sido um dos temas centrais de reflexão no blogue, o que reflecte que os jornalistas norte-americanos estão conscientes das limitações do programa, mas também da importância do seu papel para aceder aos planos e operações militares norte-americanos em ambos os conflitos. Mais recentemente, as revoltas árabes em países como a Líbia ou a Síria vieram relançar o

¹⁶⁷ Jornalista do *The New York Times* que morreu recentemente a cobrir a revolta Síria.

¹⁶⁸ “The Pentagon to write this story like a screenplay, with expert scene-setting, and the temptation, irresistible in conflict, to manipulate reality” (Shadid, 2010)

debate no blogue sobre o *embedding*, com Stephen Farrell (2012) a etiquetar os novos conflitos como uma era pós-*embed*, na qual os correspondentes se tentam adaptar aos novos riscos e desafios de reportagem, diferentes daqueles encontrados no Iraque ou Afeganistão que eram, até então, considerados uma nova era para os correspondentes de guerra.

3.2.4 Análise da cobertura da TIME na Guerra do Afeganistão: 10 anos de histórias de capa

Analisaremos nas próximas páginas as reportagens sobre a Guerra do Afeganistão que foram tema de capa ao longo dos últimos 10 anos – desde Dezembro de 2001 quando foi pela primeira capa no início o conflito, até Agosto de 2010, a última vez que a guerra surgiu na primeira página. Identificámos 13 capas distintas, distribuídas por 2001 (três vezes tema de capa), 2002, 2004, 2007 e 2008 (em todos os anos, foi uma vez tema de capa), 2009 e 2010 (em ambos, três vezes tema de capa).

Seleccionámos estas reportagens pela relevância e destaque na primeira página, sendo ilustrativa da cobertura que a revista faz do conflito, embora o Afeganistão seja notícia em praticamente todas as edições da publicação nos últimos 10 anos.

“About Face” – 3 de Dezembro de 2001

O primeiro tema de capa da revista Time dedicado à Guerra do Afeganistão retrata a situação das mulheres no Afeganistão, considerado um dos países onde os direitos das mulheres são mais ameaçados. Numa altura em que o regime *talib* estava a entrar em colapso, a revista optou por destacar como tema principal da semana em duas (EUA e Ásia) das três edições um rosto feminino, com uma reportagem em que associa o fim dos *taliban* no poder a uma imediata melhoria na vida das mulheres. O primeiro parágrafo descreve uma cena de rua, em Cabul, em que é possível “vislumbrar” rostos de mulheres, o que já não acontecia há, pelo menos, cinco anos, de acordo com os jornalistas (10 repórteres assinam a reportagem de diversas localizações, desde Washington e Londres a Islamabad, Cabul ou Mazar-i-Sharif). Porém, a reportagem refere que o futuro, no que respeita aos direitos das mulheres, é incerto e que se denotam já melhorias apenas numa minoria, formada e urbana. Para explicar o presente, os autores analisam a situação da mulher o país desde a ocupação soviética à repressão *talib*, afirmando que as mulheres têm sido constantemente vítimas de abusos dos diversos regimes, desde a educação à saúde.

Do lado afegão, as fontes e actores desta reportagem são múltiplos e fundamentalmente mulheres, nomeadamente a directora de um hospital para mulheres, e uma empregada de limpeza em Cabul, três mulheres vítimas de violência (de 28, 27 e 32 anos) na remota cidade de Dasht-i-Qaleh e uma activista dos direitos das mulheres, em Khoja Bahauddin. Os autores entrevistaram ainda um soldado da Aliança do Norte que afirma que as mulheres não são importantes na sociedade e um pai afegão, em Cabul, que aspira a um futuro melhor para a filha de 10 anos.

Traçado o cenário sobre a situação das mulheres, com recurso a diversos depoimentos recolhidos em diferentes pontos do país, os jornalistas recorrem também a fontes oficiais, nomeadamente a declarações feitas pelo director do *Coalition Information Center* que os autores da reportagem explicam ser a “secção da Casa Branca que coordena mundialmente a mensagem anti-*taliban* da Administração”. Além disso, fazem referência à Conselheira de Segurança Nacional, Condoleeza Rice, e à Conselheira Especial do Presidente, Karen Hughes, que se terão encontrado com a presidente da *Feminist Majority* e Mavis Leno (apresentada como “mulher de Jay Leno”) que têm procurado dar visibilidade ao problema das mulheres afegãs.

Os depoimentos das mulheres afegãs demonstram que ainda há muito a fazer no que respeita à garantia dos direitos das mulheres no Afeganistão e, conseqüentemente, o encontro entre as quatro mulheres norte-americanas representa o compromisso que os EUA pretendem assumir para tentar inverter a situação no país. Porém, os autores advertem que “o Afeganistão é um resistente famoso à interferência externa”, recorrendo a declarações da jornalista afegã no exílio Nelofer Pazira. A reportagem termina com o regresso à rua afegã onde o jornalista entrevista o dono de uma loja de *burqas* que acredita que a indumentária feminina não irá mudar e, como contraponto, surge o depoimento de uma rapariga de 18 anos que quer ser médica e vestir minissaia e de uma professora de 35 anos, dona de um salão de beleza clandestina que espera poder abrir livremente, em breve.

Na primeira reportagem destaca-se a ausência de referência à actividade de combate. Este facto vem confirmar o que foi dito anteriormente sobre a ausência de cobertura mediática das operações militares da coligação no início da intervenção militar no Afeganistão. Os editores da revista optaram por destacar para tema de capa aquilo que, segundo eles, foi o primeiro aspecto positivo da queda dos *taliban*, destacando ainda o compromisso que os EUA assumiram nesta área. Denota-se uma multiplicidade de vozes de diversos pontos do país, resultado de uma vasta equipa de

repórteres que a Time dispõe no Afeganistão no início do combate, nomeadamente em Cabul e em cidades controladas pela Aliança do Norte.

The Manhunt: Into The Caves – 17 de Dezembro de 2001

A capa mostra um homem afegão, envolto em indumentária local, e com o título “Os últimos dias dos *taliban*”; cuja reportagem é elaborada por oito jornalistas da revista de diferentes localizações. O texto relata os acontecimentos da operação a Tora Bora, considerado o refúgio de Osama Bin Laden no pós-11 de Setembro, que envolveu ataque aéreo dos EUA e mil soldados anti-*taliban* no terreno.

Uma das fontes é um soldado anti-*taliban*, não identificado, que revelava não esperar tanta resistência em Tora Bora. Para chegar a esta operação e à caça ao homem (o título e os primeiros seis parágrafos não referem que se trata de Osama Bin Laden), os jornalistas recuam até Kandahar, o último reduto *talib*, já sob controlo da coligação, para explicar que a operação não foi um êxito porque o líder *talib* Mullah Mohammed Omar não foi capturado, deixando os EUA a operar em duas frentes. A estratégia militar norte-americana é aqui escrutinada, indicando que a ausência de forças terrestres dos EUA pode comprometer o sucesso da operação, já que se torna mais fácil a Omar e Bin Laden “jogar às escondidas”. Esta referência surge no momento em que se assiste a um debate dentro da Administração norte-americana sobre o envio de mais tropas para o Afeganistão, com Donald Rumsfeld a opor-se à posição do Secretário de Estado norte-americano Colin Powell, apoiado por Condoleeza Rice, sobre o envio de, pelo menos, mais 40 mil efectivos para o terreno.

A principal fonte da reportagem é o chefe do Comando Central dos EUA, General Tommy Franks, que revela que os EUA não sabem do paradeiro de Omar e Bin Laden. Porém, a reportagem afirma que “Os comandos norte-americanos estão determinados em demovê-los”, defendendo que os combatentes da Al Qaeda ainda escondidos nas grutas “têm poucas hipóteses de saírem vivos”. Franks revela ainda que a possibilidade de aumentar as forças no terreno está em cima da mesa.

A Time cita também Hamid Karzai, então Primeiro-Ministro interino afegão, que afirma que os *taliban* sabem que chegou o fim do controlo do país. Esta afirmação é contrariada por uma fonte *talib* não-identificada que defende que Omar irá resistir até ao fim. A reportagem termina com a informação de que tropas norte-americanas estão a preparar o assalto final a Tora Bora, com o envio de mais soldados, apoiados por

helicópteros, *drones* e bombardeiros, sugerindo que Bin Laden e os soldados terão poucas hipóteses de sobreviver se não prepararem “a grande fuga”.

Inside Tora Bora: The Final Hours? – 24 de Dezembro de 2001

Um dos elementos curiosos desta edição são os diferentes temas de capa das três edições da revista – a edição norte-americana mostra a silhueta de um combatente de barba, que personifica aqui o combatente *talib*, com o título “Closing In”, enquanto a edição asiática, com a mesma fotografia, tem o título “Endgame”, e a edição europeia é dedicada ao Islão na Europa. É a segunda semana consecutiva que o Afeganistão é tema de capa na Time nos EUA.

A reportagem, realizada por quatro jornalistas, é sobre o combate final em Tora Bora, recuperando o tema da edição anterior sobre a preparação do combate e relata o nível de cooperação no terreno entre forças afegãs e norte-americanas, revelando a impreparação das forças afegãs no combate. A descrição detalhada da intervenção faz transparecer que um dos quatro jornalistas que assina a notícia está *embedded* naquela operação militar, embora não haja referência clara a isso. As principais fontes da notícia são o combatente afegão Khawri, que luta “ombro-a-ombro” com as tropas norte-americanas; novamente o General Tommy Franks, aqui apresentado como o comando regional das forças norte-americanas, Richard Myers, presidente dos *Joint Chiefs of Staff*, o comandante afegão Hazrat Ali, o Ministro do Interior paquistanês Moinuddin Haider e ainda o Secretário-Ajuto de Defesa dos EUA, Paul Wolfowitz. Esta reportagem mantém o nível de optimismo da anterior no que diz respeito ao fim dos *taliban*, descrevendo o “último combate”, de acordo com os planos da coligação. Mais uma vez a reportagem termina afirmando que Bin Laden não tem muitas hipóteses de fuga, nem mesmo para o vizinho Paquistão, de acordo com afirmações de Paul Wolfowitz.

We Put The Capital 'M' In Miracle – 18 de Março de 2002

Dois meses depois, o Afeganistão volta a ser tema de capa da edição norte-americana e da edição para a Europa, Médio Oriente e África da revista com a fotografia de um soldado em combate e o título “O Vale da Morte – dentro da batalha mais sangrenta da guerra” (a capa da edição asiática é dedicada ao consumismo coreano).

Mais uma vez a revista Time selecciona uma operação militar para tema de capa, desta vez a Operação Anaconda, que tem como missão eliminar combatentes *taliban* no vale Shah-i-Kot, a sul de Cabul. A reportagem começa com a referência a um anúncio televisivo do exército que faz alusão de que ninguém fica para trás em combate. Segue-se a imagem do regresso de baixas militares ao país e o depoimento de um pai, antigo *ranger*, a quem o filho terá dito para que não se preocupasse porque, se lhe acontecesse algo, ele teria o corpo.

A primeira parte da descrição da operação é centrada no resgate do soldado Roberts (sem apelido) que havia caído de um dos helicópteros durante uma operação. Trata-se de uma narrativa muito pormenorizada, quase cinematográfica, sobre o resgate de um soldado que, apesar dos esforços dos camaradas, acaba por morrer “nas mãos dos seus perseguidores”. Mais uma vez um dos jornalistas (sete jornalistas assinam a reportagem) parece estar *embedded* com as tropas, dado o nível pormenorizado das descrições, porém não existe qualquer indicação. As fontes da primeira parte da reportagem são familiares de soldados mortos em combate, nomeadamente um pai no depoimento de primeiro parágrafo, a cunhada do soldado Roberts, uma viúva de um sargento da Força Aérea.

Porém, os jornalistas referem que não são só as baixas norte-americanas que distinguem esta operação. O nível de resistência *talib* preocupa o Pentágono, de acordo com fontes não-identificadas. Também o Secretário de Defesa é citado, reiterando a visão do Pentágono de que existe liderança envolvida nas bolsas de resistência ainda activas, bem como novamente o General Tommy Franks.

Ao longo da reportagem surgem indicadores sobre o nível de resistência no vale e, na parte final, a referência de que Shah-i-Kot assinala a primeira vez em muitos anos que as tropas norte-americanas voltam a morrer em solo estrangeiro. Uma reflexão sobre as baixas militares surge nos dois últimos parágrafos, com a indicação de que “na Guerra ao Terrorismo, mais baixas norte-americanas são inevitáveis”, porém “o sentimento nacional permanece firme” porque o pensamento norte-americano mudou com o 11 de Setembro.

Remember Afghanistan? – 8 de Março de 2004

Dois anos após a última capa sobre o Afeganistão, a Time relembra que o conflito está ainda activo, chamando-lhe “a outra guerra”, o que sugere que a atenção mediática está centrada, naquele momento, na Guerra do Iraque. O tema de capa é

comum a três edições – EUA, Ásia e Pacífico Sul –, apenas difere na edição europeia que tem como tema de capa o actor espanhol Javier Bardem. A reportagem, que no título pergunta ao leitor se se lembra do Afeganistão, é feita por dois jornalistas – um em Cabul, outro em Kandahar – que analisam as diversas vertentes da guerra e o estado actual do Afeganistão, começando com uma descrição do nível de segurança que rodeia Hamid Karzai no palácio presidencial na capital.

Os principais actores e fontes, transversais a toda a reportagem, são Karzai e o embaixador dos EUA para o Afeganistão, Zalmay Khalilzad, que falam fundamentalmente dos progressos dos últimos anos no país, de como a reputação da Administração Bush está associada ao Afeganistão e ainda da necessidade de permanência dos EUA para a estabilização do país. Os jornalistas citam também o Presidente Bush que reitera que os homens e mulheres do Afeganistão estão “a construir uma nação livre e orgulhosa e a combater o terrorismo”.

Porém, esta visão mais optimista é contrariada por diplomatas, comandos militares e outros afegãos que os jornalistas entrevistam para a reportagem. Uma das fontes é novamente Richard Myers, presidente dos *Joint Chiefs of Staff*, que informa que os EUA se preparam para novas batalhas, porque há sinais do regresso dos *taliban*. As intenções de combate são anunciadas por outro comandante dos EUA, o General David Barno, sobre a estratégia que deverá ser adoptada nos meses seguintes.

No balanço de sensivelmente dois anos de conflito, é referido que existem progressos em áreas como a educação, com o regresso à escola de três milhões de crianças e a economia, com o país a registar 20 por cento de crescimento económico nos últimos dois anos. Porém, o país não está preparado para as eleições, agendadas para Junho desse ano, de acordo com o depoimento do Coronel Christopher Bentley, funcionário das Nações Unidas. Além disso, as operações para capturar Bin Laden têm-se demonstrado infrutíferas e a emergência dos senhores da guerra, apoiados pelos EUA deixam algumas reservas sobre o processo de paz.

A visão de fontes da NATO não identificadas sobre a brutalidade dos *taliban* e o seu possível regresso foram colocadas nos últimos parágrafos. Fontes militares afirmam que a estratégia para derrubar a Al Qaeda não está a funcionar, mas que os EUA são a única garantia no país para que não caia novamente em mãos dos *taliban*. Esta reportagem procura passar a imagem de que se os EUA recuarem, o inimigo ressurgirá e as principais vítimas serão os afegãos que colaboraram no processo de reconstrução do país. Feito o balanço, os jornalistas concluem: “isto deverá ser suficiente para ter forças

dos EUA no Afeganistão durante anos”, referindo ainda que os recursos humanos necessários para o sucesso da guerra estão divididos com a Guerra do Iraque.

Warlord or Druglord? – 19 de Dezembro de 2007

O tema de capa é centrado em Haji Bashar Noorzai que personifica o duplo combate que os EUA estão a travar no Afeganistão: a Guerra ao Terrorismo e a guerra do narcotráfico dominado pelos senhores da guerra a quem os EUA deram poder no início do conflito e pelos *taliban* que utilizam o negócio da droga para se financiarem. Uma vez mais, o repórter faz um balanço da presença militar norte-americana no país e do aumento substancial de tropas para o terreno – seis vezes mais que em 2002 quando foi feito o assalto a Tora Bora, numa tentativa de capturar Bin Laden.

O jornalista Bill Powell reconstitui as negociações feitas ao longo dos últimos anos entre Noorzai e os serviços secretos norte-americanos através das transcrições das conversas a que teve acesso e de entrevistas com o próprio Noorzai que se sente traído pelos EUA. A história serve para contextualizar a actual situação do país, nomeadamente do ressurgimento dos senhores da droga em diversas províncias como “consequência directa, mesmo que não intencional” da gestão dos EUA na guerra, refere o jornalista. Outra das fontes da reportagem é o investigador do Nixon Center Alexis Debat, que explica o fenómeno do narcotráfico que, naquele momento, é a única indústria em expansão no país. Esta reportagem pretende demonstrar qual a situação da Guerra do Afeganistão e como os EUA estão a tentar combater o conflito em duas frentes distintas. Trata-se de uma abordagem diferente das anteriores, procurando divulgar os efeitos perversos da estratégia norte-americana no país.

How to Save Afghanistan – 17 de Julho de 2008

A capa com o título “Afeganistão: a Guerra Justa” é comum às quatro edições da revista Time, cujo subtítulo é “Por que o Ocidente está a falhar, e o que fazer em relação a isso” e é ilustrada com uma fotografia de um soldado de costas, ao fundo, no centro de vales áridos, que representa a presença ocidental no conflito. O texto relativo ao tema de capa é escrito por Rory Stewart, um norte-americano que vive em Cabul e é director do Carr Center for Human Rights da Universidade de Harvard.

Trata-se da visão de um *insider* norte-americano que vê a guerra a partir da rua afegã, do quotidiano do Afeganistão, numa narrativa pouco comum para tema de capa. Nos primeiros parágrafos a visão sobre a Guerra do Afeganistão é pessimista,

nomeadamente de afegãos comuns como Nabi, Hussein e Zia, apresentados no primeiro parágrafo. Para ilustrar a situação, o autor recorre a uma série de indicadores sobre a situação do país: a escalada das baixas militares dos EUA, os recentes ataques *taliban*, o assalto em massa a uma prisão para libertar centenas de prisioneiros, os ataques a funcionários de agências de desenvolvimento nas estradas fora de Cabul, o aumento exponencial do negócio do ópio. “Apesar do investimento ocidental massivo, Afeganistão está perto de ser um Estado falhado”, indica o autor. Porém, Stewart enumera também os progressos positivos no país, nomeadamente na educação e na área das finanças, invocando deliberadamente na sua narrativa o pronome *nós* (“O que *nós* temos feito bem”, “o *nosso* dinheiro e conhecimento”). O autor enumera ainda uma série de recomendações sobre o que o Ocidente deve fazer no Afeganistão que passam fundamentalmente pela afeganização da Guerra ao Terrorismo, não enviando mais tropas, nem aumentando o *nosso* envolvimento no governo e na economia do país. “Os *nostros* esforços de *nation-building*, governação e combate aos narcóticos devem ser menores e mais criativos”, sugere o autor, enquanto “a *nostra* estratégia militar deve focar-se no contraterrorismo – não na contrainsurgência”.

O texto termina com “Os afegãos têm a energia, o orgulho e a competência para lidar com o processo. O Ocidente, contudo, não tem”. Em suma, trata-se de um depoimento sobre a visão afegã do conflito, embora testemunhada por um norte-americano que divide claramente os actores do conflito entre o *nós* e *eles*, e apresentando uma perspectiva diferente, por vezes contrária, àquela apresentada pela narrativa oficial. Apesar de ser “a guerra justa” como indica o título de capa, a estratégia do Ocidente tem estado a falhar e, portanto, deve ser redefinida.

The U.S. in Afghanistan: The Longest War – 20 de Abril de 2009

Uma vez mais um soldado norte-americano é capa da Time para ilustrar a Guerra do Afeganistão, preenchendo toda a moldura (nesta semana foi tema comum a todas edições da revista), com o título “Como não perder no Afeganistão”.

Já o título da reportagem, no interior da revista, informa que este conflito é já o mais longo da história do envolvimento militar dos EUA, lembrando também que “sete anos e meio depois das tropas norte-americanas chegarem ao Afeganistão após o 11 de Setembro de 2001, a guerra está mais mortífera – e confusa – que nunca”. A reportagem surge no seguimento do lançamento da nova estratégia da era Obama para o Afeganistão, anunciada no mês anterior, o que veio recentrar novamente as atenções no

conflito e poderá ajudar a justificar esta escolha como tema de capa. Os autores (dois jornalistas, sem especificação da localização, como referida em reportagens anteriores) recuperam no texto as afirmações de Obama sobre a nova estratégia e, posteriormente, de forma a ilustrar as dificuldades da Guerra do Afeganistão, descrevem as operações no Vale Korengal, o também chamado “Vale da Morte”.

Os comandantes militares dos EUA são as principais fontes desta reportagem, nomeadamente o tenente coronel Brett Jenkinson, o comandante James Howell, o general John Nicholson Jr. o conselheiro do Departamento de Estado dos EUA Jeremy Brenner. Os jornalistas utilizam também o depoimento de um ancião afegão chamado Sham Sher Khan para explicar o passado e a situação actual do Vale.

Não é explícito se um dos repórteres está em situação de *embedding* com as tropas dos EUA no vale. A reportagem começa com a descrição de operações militares na aldeia de Loi Kolay, no Vale Korengal, e termina no mesmo local com uma cena de fogo real, entre soldados norte-americanos e insurgentes, cuja neblina e o silêncio súbito não lhes permite perceber se os insurgentes foram mortos ou simplesmente regressaram à aldeia de onde tinham surgido.

A Window On the War in Afghanistan – 12 de Outubro de 2009

Seis meses depois da última capa sobre o Afeganistão, o retrato de um soldado norte-americano volta a ilustrar o conflito na primeira página da revista desta vez, e pela primeira vez, numa posição fragilizada, deitado numa maca à espera do helicóptero de resgate (a capa é comum a todas as edições da revista). O título da capa “A Guerra de Perto” sugere uma perspectiva aproximada da guerra, cujo grande destaque é um conjunto de fotografias que retratam o dia-a-dia dos soldados na Guerra do Afeganistão, captadas pelo fotógrafo Adam Ferguson, que esteve *embedded* com a companhia Apache composta por 102 soldados que tinham como missão estabilizar o Vale Tangi, perto de Cabul. As fotografias procuram retratar “a verdade” da vida de um soldado num lugar como o Afeganistão, desde momentos de dor, pesar, ansiedade e solidão a momentos de puro tédio. O texto que acompanha a galeria indica ainda que as fotografias têm transmitir algo sobre a vida dos “homens corajosos” que levam a cabo a política delineada pela Administração. E lançam a questão: “Será o envio de mais tropas a resposta?”. Esta reflexão e este conjunto de fotografias surgem numa altura em que o conflito está numa “encruzilhada”, com a Administração Obama a ponderar o envio de

mais tropas de combate para o terreno antes de iniciar o processo de retirada, inicialmente previsto para 2011.

Afghanistan: Can Obama Sell America on This War? – 14 de Dezembro de 2009

Na fotografia de capa, surge Obama de costas perante uma plateia de jovens soldados em West Point, após o seu discurso sobre o envio de mais 30 mil tropas para o Afeganistão, cujo título “Agora é a guerra dele” acompanha toda a primeira página (capa comum a todas as edições da Time). Trata-se de uma análise ao discurso de Obama em West Point, da autoria de Joe Klein, que refere que o “Presidente usou o melhor argumento possível para uma proposição duvidosa: a expansão da guerra é 51 por cento necessária e 49 por cento fútil (ou vice versa)”. Joe Klein analisa ao pormenor a linguagem corporal do Presidente enquanto discursa, fazendo comparações com outros Presidentes norte-americanos e, num exercício de memória, descreve como por exemplo Ronald Reagan teria sido mais criativo no discurso.

O actor central da capa e do texto é Barack Obama e a sua estratégia para a Guerra do Afeganistão, um legado agora *dele*, com Joe Klein a destacar e analisar as principais afirmações do discurso em West Point. No final, o autor recorda que o sentido de unidade que Obama cita no discurso foi uma “reação humana” após os ataques do 11 de Setembro, porém é difícil de sustentar e não pode ser “reacendida” por meras palavras ou argumentos.

Taking It to the Taliban – 8 de Março de 2010

Três meses depois desde a última vez que foi capa, a Guerra do Afeganistão regressa à primeira página da revista Time (na edição para a Europa questiona o poder da liderança europeia) com o título “Taking on the taliban”, cujo subtítulo informa que os EUA vão partir para a ofensiva e questionando se a estratégia resultará. A reportagem é dedicada à *Operation Moshtarak* (ou Batalha de Marjah), com a descrição dos preparativos através de declarações do General Stanley McChrystal, comando dos EUA e da NATO no Afeganistão. O jornalista Bobby Ghosh descreve também as negociações entre McChrystal e Barak Obama no *Situation Room*, explicando que a estratégia “AfPak” do Presidente é de contenção e de afeganização do conflito. “Marjah é o primeiro teste real desse plano”, informa o jornalista, que servirá de exemplo ao maior desafio do exército nesse Verão: a batalha por Kandahar que, apesar de controlada pelas forças da NATO, continua a ser a “cidade espiritual” dos *taliban*.

McChrystal e o comandante da NATO no Sul do Afeganistão, Major Nick Carter, são as principais fontes militares da notícia, para além do representante especial norte-americano para o Afeganistão e Paquistão, Richard Holbrooke. O grau de optimismo demonstrado pelas chefias militares norte-americanas na *Operation Moshtarak* contrasta com outras vozes que o jornalista utilizou nesta reportagem, desde especialistas sobre o Afeganistão que, numa conferência na semana anterior, traçavam um árduo caminho para a estabilização da zona, a afegãos comuns como Abdul Hadi e Mohammad Hosain que acreditam que os *taliban* vão regressar.

A reportagem analisa a *Operation Moshtarak*, nomeadamente a preparação e o que representa para a estratégia da coligação no terreno, sem descrever em momento algum as operações levadas a cabo no terreno, o que pode significar que o jornalista não acompanhou as tropas naquele assalto. Em vez disso, entrevistou fontes oficiais e contrapôs as suas declarações com especialistas e cidadãos afegãos que possibilita uma visão equilibrada sobre aquela operação em particular.

Afghanistan: A Tale of Soldiers and a School – 26 de Abril de 2010

A capa mostra uma ronda de soldados numa estrada alcatroada com o título “Uma história de um Capitão”, cujo subtítulo “No coração do país dos *taliban*, o comandante de uma unidade militar dos EUA fez a sua missão para reabrir uma escola no Afeganistão”. É curioso que, em primeiro lugar, tenha utilizado a expressão “país dos *taliban*” para se referir ao Afeganistão, uma escolha certamente deliberada pelo facto de nos últimos anos se registarem fortes indícios do seu ressurgimento em determinadas áreas do país. A história é centrada no capitão norte-americano Jeremiah Ellis que tem como missão reabrir uma escola que havia sido construída pelos canadianos em 2005 e destruída pelos *taliban* dois anos depois. Trata-se de uma “metáfora perfeita”, indica o jornalista, na medida em que os *taliban* encerraram escolas e os norte-americanos procuram reabri-las.

Não se trata de uma escolha inocente. Em 2010 foi o ano mais mortífero dos aliados no Afeganistão e de aumento da insurgência em diversos pontos do país até então considerados sob controlo. Portanto, uma questão acompanha toda a narrativa: “Se o exército dos EUA não consegue abrir uma pequena escola numa cidade crucial, como pode esperar ser bem sucedido no Afeganistão?”. O jornalista Joe Klein relata detalhadamente as dificuldades de negociação com anciões da pequena aldeia, as batalhas com os insurgentes, sublinhando o máximo cuidado das tropas na estratégia de

contrainsurgência: “Noutra guerra – no Vietname certamente – um oficial norte-americano teria limpo a área controlada pelos *taliban* com recurso a ataques aéreos. Mas este tipo de bombardeamento indiscriminado não acontece no Afeganistão”.

Esta é a história de capa mais longa que a Time fez sobre o Afeganistão desde 2001, que procura representar as diversas missões do exército em conquistar “hearts and minds” da população e termina num impasse, descrevendo que os afegãos estão sentados à espera de perceber que lado é o mais forte – o exército norte-americano ou os *taliban*”. “Não conseguimos provar que podemos tomar conta deles. Reabrir a escola seria a nossa primeira conquista real”, termina o jornalista citando o capitão.

Afghan Women and the Return of the Taliban – 9 de Agosto de 2010

A última capa sobre o Afeganistão repete o tema da primeira sobre o conflito em Dezembro de 2001: um rosto feminino, porém desta vez mutilado com o título “O que acontece se nós abandonarmos o Afeganistão”. Trata-se de uma imagem forte e é a primeira vez que na capa é utilizado o pronome *nós*, marcando deliberadamente uma linha entre *nós* – a presença ocidental no país; e *eles* – os afegãos.

A partir de Cabul, o jornalista Aryn Baker centra-se na história de Aisha, 18 anos, o rosto sem nariz que surge na primeira página de todas as edições da revista para demonstrar a brutalidade do regresso dos *taliban* a aldeias e cidades do país. A reportagem começa com a descrição pormenorizada da mutilação de Aisha, e o jornalista afirma: “Isto não aconteceu há 10 anos quando os *taliban* mandavam no Afeganistão. Aconteceu o ano passado”. A maior parte das fontes utilizadas na reportagem são de mulheres afegãs preocupadas com o regresso dos *taliban* que significaria um retrocesso desde o início do conflito. Estes depoimentos são intercalados com fontes oficiais norte-americanas, enumerando os esforços que os EUA têm feito nos últimos anos na promoção dos direitos das mulheres. A história surge numa altura em que a Administração Obama está a repensar a estratégia para o Afeganistão e em que começaram as primeiras negociações entre *taliban* e o Governo afegão no sentido de uma reconciliação nacional.

Principais tendências das reportagens de capa da Time sobre o Afeganistão

Os temas de capa seleccionados pela revista Time sobre a Guerra do Afeganistão vêm reforçar o que diversos autores defendem sobre a cobertura mediática do conflito, nomeadamente o maior destaque dado a operações militares pontuais (Tora Bora,

Anaconda, Moshtarak), em detrimento do quotidiano dos afegãos durante o conflito. De facto, denota-se uma clara ausência da rua afegã, sendo apenas breves apontamentos de reportagem que preenchem uma visão geral sobre o conflito. O único texto que refere a perspectiva afegã sobre a guerra é escrita por um norte-americano que vive há diversos anos em Cabul.

Em Dezembro de 2001, dois meses após o início do conflito, a Guerra do Afeganistão foi tema de capa três vezes, duas delas consecutivas quando o fim dos *taliban* no poder estava iminente. No entanto, a primeira vez que o conflito surge na primeira página da publicação refere-se a algumas melhorias imediatas da intervenção militar no país, no que diz respeito às mulheres afegãs, destacando-se a ausência de referências a intervenções militares. Esta ausência coincide com o período de “total secretismo” das operações, quando os jornalistas não tinham ainda acesso a informação detalhada sobre a presença norte-americana no terreno.

As reportagens realizadas ao longo dos anos são predominantemente reflexões e análise da estratégia militar dos EUA, recorrendo sobretudo a fontes oficiais e denotando-se uma tendência de contraste entre a visão mais negativa das chefias militares no terreno e da Administração a partir de Washington. Sete das 13 capas apresentam soldados em situação de combate em operações como as do Vale Korengal, apresentado como o “Vale da Morte”.

Entre Abril de 2002 e Novembro de 2007, a Guerra do Afeganistão foi tema de capa apenas uma vez, em 2004, fazendo alusão à “outra guerra” numa clara referência à Guerra do Afeganistão que decorre em simultâneo com a Guerra do Iraque (considerada, portanto, “a guerra”). Por este epíteto depreendemos que a atenção da revista está centrada no Iraque, secundarizando o conflito em solo afegão. A partir de 2009, a guerra regressa mais frequentemente a tema de capa da revista, período que coincide com o começo da retirada das tropas norte-americanas no Iraque e de recentramento do esforço militar e da atenção mediática no Afeganistão. É também a partir de 2009 que começam a surgir cada vez mais referências às baixas militares norte-americanas, centrando por vezes a história num soldado representativo das tropas norte-americanas no conflito e ainda ao ressurgimento dos *taliban* em diversas cidades.

Denota-se ainda que no início do conflito entre sete a oito jornalistas assinavam reportagens conjuntamente, porém nos últimos anos as reportagens que são tema de capa são realizadas por um jornalista individual ou, no máximo dois, o que

interpretamos como um desinvestimento na mobilização de recursos para a cobertura daquele conflito.

Os locais de reportagem são predominantemente Cabul, onde está sediado o Governo central e as principais fontes oficiais afegãs da revista, e as zonas das operações militares, nomeadamente Kandahar, considerada o último reduto *talib* e onde o exército da coligação tem encontrado mais bolsas de resistência.

No que diz respeito ao *embedding*, apesar de em determinadas reportagens se depreender que um dos jornalistas está *embedded* com unidades militares, dado o grau de descrição das acções, não existem referências claras a essa situação. Apenas a reportagem fotográfica que é tema de capa em Outubro de 2009 indica que foi realizada numa situação de *embedding* do fotojornalista durante um mês numa unidade militar norte-americana.

Como foi referido anteriormente, a última reportagem sobre a situação das mulheres no Afeganistão afirma peremptoriamente que mutilações como aquela que ilustra a capa acontecerão se *nós* sairmos do Afeganistão (a revista não questiona, afirma). A Time assume claramente que está a cobrir a *sua* guerra, dividindo o conflito entre *nós* e *eles* e construindo uma narrativa e uma percepção de que os *taliban* regressarão ao poder assim que os EUA abandonarem o país. Esta capa surge numa altura em que o apoio popular à guerra está em queda, a guerra está num impasse e o ressurgimento dos *taliban* é assumido claramente pelos diversos actores envolvidos no conflito – desde a Administração Obama e chefias militares a membros do Governo afegão.

CONCLUSÃO

As guerras são travadas em diferentes campos de batalha, em diferentes frentes. Para além da frente de batalha propriamente dita, Governos democráticos procuram, em simultâneo, conquistar *hearts and minds* em diferentes frentes mediáticas, da frente nacional, à frente inimiga e, num mundo globalizado e interdependente como o actual, a uma frente também internacional. Como a nossa análise procurou demonstrar, ao longo de todo o século XX e início do século XXI, a relação entre media e os decisores políticos/militares não tem sido pacífica, nomeadamente em situações de conflito, porém denota-se uma relação de interdependência, na medida em que os decisores políticos precisam dos media para veicular a sua mensagem e promover a sua visão sobre o decurso da guerra e os media necessitam das fontes oficiais na sua cobertura do conflito, embora por vezes se tornem um obstáculo na condução da própria guerra ao mostrar o outro lado do conflito e recorrendo a fontes alternativas.

O célebre escritor Mark Twain disse uma vez que “a História não se repete, mas rima” e a análise histórica da relação entre as diferentes Administrações norte-americanas e repórteres, sobretudo em guerra, vem confirmar a epígrafe. De facto, a Administração norte-americana – à semelhança de outros Governos democráticos – e os militares (no terreno e ao nível da chefia) têm procurado gerir cuidadosamente o fluxo de informação disponibilizado aos media que por sua vez é veiculado a uma opinião pública. Mesmo quando a sobrevivência nacional não está directamente em causa (em conflitos como as duas Guerras Mundiais ou Vietname para os EUA, por exemplo), alguns Governos norte-americanos correm o risco de perder legitimidade política, nomeadamente quando se verifica uma escalada de baixas militares nacionais e sinais evidentes de que a estratégia militar é confusa e, consequentemente, a guerra está a ser perdida.

A questão da opinião pública não deve ser aqui menosprezada. Os primeiros estudos realizados sobre a relevância da opinião pública na definição da política externa consideravam-na volátil e emocional, respondendo apenas a estímulos e influência de uma elite informada, sendo incapaz de pressionar a elite política na tomada de decisão. Porém, estudos realizados a partir da Guerra do Vietname vêm defender a concepção da racionalidade da opinião pública e o seu peso em matéria de política externa. Actualmente, diversos autores, como Page e Bouton (2006), defendem que o rumo da

política externa norte-americana difere dos objectivos da maioria dos cidadãos, denotando-se uma discrepância entre sociedade e decisão política nesta área. Contudo verifica-se grande receptividade a decisões de política externa que tenham como objectivo a manutenção da segurança nacional, o que ajuda a explicar o apoio popular a guerras como o Afeganistão ou o Iraque, pelo menos num estágio inicial.

No caso dos EUA, e nestas circunstâncias, as Administrações têm procurado manter o apoio popular às suas decisões de política externa, fazendo-o sobretudo através dos media, o que coloca o jornalismo sob enorme pressão em tempos de guerra. Como foi dito anteriormente, a Guerra da Crimeia assinalou o surgimento do correspondente de guerra, personificado no jornalista William Howard Russell, do jornal britânico *The Times*, cujos despachos enviados para Londres causaram agitação sobre a condução da guerra e a perda numerosa de vidas humanas. Mais tarde, a Guerra Civil Norte-Americana provocou uma procura sem precedentes por notícias que terão levado a imprensa a investir em mais recursos, enviando inúmeros correspondentes para as frentes de batalha. Desde então, no último século e meio, Governos democráticos, como os EUA, têm criado e aplicado uma série de mecanismos para censurar, controlar e gerir o fluxo de informação em tempos de guerra, adaptando as suas estratégias às diferentes circunstâncias identificadas no tempo, nomeadamente às rápidas alterações das tecnologias de comunicação.

Através de uma análise histórica deste relacionamento, é possível identificar as diferentes tendências ao longo do último século e as adaptações feitas de acordo com as lições aprendidas com o passado. Na Primeira Guerra Mundial assistimos ao nascimento da propaganda de guerra moderna, com a proliferação de mensagens criadas para persuadir as diferentes frentes de guerra. Já na Segunda Guerra Mundial, apesar do patriotismo dos correspondentes de guerra e da proclamação de uma “guerra justa” sem margem para dúvidas, a cobertura mediática era mesmo assim apoiada por sistemas de censura apertados nos campos de combate. A Guerra do Vietname, inúmeras vezes referida como a primeira guerra televisionada e não-censurada da História, veio inaugurar uma nova era no relacionamento entre os media e a Administração norte-americana, nomeadamente após a Ofensiva de Tet que afirmou o papel dos media como veículo para a percepção da guerra pela opinião pública. A intervenção norte-americana no Vietname, a mais longa até à Guerra do Afeganistão, veio inaugurar um novo capítulo no relacionamento entre media e militares – o chamado “Síndrome Vietname”

– que provocou uma das maiores crises no relacionamento entre Administração e media, ditando a sua exclusão em invasões como a de Granada ou do Panamá.

A lições aprendidas nos anos 80 e as críticas dos media à falta de acesso a conflitos que envolviam intervenção militar dos EUA serviram à Administração norte-americana para definir novas formas de relacionamento com os media em contextos de guerra. A criação do sistema de *pools* na Primeira Guerra do Golfo foi desenhada e experimentada nesse contexto – por um lado, facultava acesso dos jornalistas ao teatro de operações, por outro permitia aos militares gerir o tipo e o *timing* da informação veiculada; e a disponibilização de *briefings* e *press releases* fizeram ecoar o sistema de disponibilização da informação experimentado na Segunda Guerra Mundial. Este conflito em particular viu emergir um outro fenómeno: a CNN, um canal noticioso internacional, que se afirmou como actor no sistema de relações internacionais, e considerado, por vezes, como canal diplomático quando outros canais diplomáticos se encerraram.

Desde a Primeira Guerra do Golfo, ou seja, desde o início dos anos 90 até ao início do século XXI, que o mundo e os media mudaram substancialmente. O fim da Guerra Fria, ditado pelo colapso soviético, provocou uma menor procura da opinião pública pela política internacional, uma tendência isolacionista nos EUA e, consequentemente, um desinvestimento dos media norte-americanos em reportagem internacional, reduzindo o número de escritórios no exterior e os orçamentos das redacções dedicados à cobertura internacional.

Porém, esta tendência viria a ser invertida, em parte, pelo 11 de Setembro e a consequente Guerra ao Terrorismo. A política internacional e as *hard news* regressaram ao tempo de antena e às páginas da imprensa escrita norte-americana, acompanhadas por uma onda emocional de patriotismo desencadeada pelo impacto dos ataques na sociedade norte-americana e nos próprios media. George W. Bush anunciou peremptoriamente “ou estão connosco, ou estão contra nós” inviabilizando o debate em torno da definição da Guerra ao Terrorismo. De facto, verificou-se uma ausência de questionamento e um alinhamento com a narrativa oficial da Administração no que diz respeito à necessidade de agir rapidamente e intervir militarmente no Afeganistão.

É neste contexto de forte apoio popular e mediático que se dá a intervenção no Afeganistão dos Estados Unidos, conjuntamente com o Reino Unido, barrando o acesso dos media à intervenção. Como demonstram as transcrições das reuniões entre representantes dos media e do Departamento de Defesa dos EUA, a Administração

norte-americana não tinha ainda definido o tipo de relacionamento com os media quando inicia as operações militares no terreno e, dadas as críticas dos jornalistas à experiência da Primeira Guerra do Golfo, desta vez os media foram convidados a participar na definição do novo quadro de relacionamento. Este processo negociado constitui uma alteração significativa na dinâmica entre representantes dos media e decisores políticos norte-americanos, na medida em que as preocupações e reivindicações foram ouvidas e tidas em conta na definição da nova estratégia que culminou com a criação do programa de *embedding* de jornalistas em unidades militares destacadas para a Guerra do Afeganistão.

Considerado pela Administração e chefias militares norte-americanas um caso de sucesso no Afeganistão e Iraque, na medida em que lhes permite veicular a sua versão do decurso do conflito e dar a conhecer o quotidiano da presença militar norte-americana no país (as dificuldades e desafios que os homens e mulheres enfrentam no terreno, bem como a sua bravura), o *embedding* tem, porém, efeitos perversos, nomeadamente no que diz respeito à cobertura mediática do *outro* lado da história, neste caso do lado afegão. Este fenómeno deve ser entendido e analisado na estrutura actual dos media que enfrentam cortes nos orçamentos das redacções, nomeadamente em rubricas que dizem respeito à reportagem internacional e na redução de delegações no exterior iniciada ainda nos anos 90 e agravada já no início do século XXI, o que provoca um desequilíbrio na cobertura. Como Michael Massing afirmou a maior parte dos correspondentes internacionais destacados para o Médio Oriente ou para as Guerras do Afeganistão ou Iraque são transferidos de outras delegações desde a Ásia Central à América Latina, sem bagagem cultural sobre o mundo islâmico e desconhecimento das línguas locais. A rua afegã fica portanto ausente da narrativa. Para além dos avultados custos de reportagem em situações de conflito, a insegurança é outro dos factores que pesa na decisão de cobrir guerras como a do Afeganistão, tornando-se praticamente impossível cobrir o conflito sem estar *embedded* com o exército da coligação.

Sobre a cobertura mediática no Afeganistão, importa ainda reflectir sobre o papel dos jornalistas afegãos no conflito, muitas vezes utilizados como facilitadores ou vistos apenas como *fixers* pelos jornalistas ocidentais. As estatísticas de jornalistas mortos no conflito demonstram que são as principais vítimas, trabalhando sobre intensa pressão quando procuram cobrir ou investigar temas relacionados com política, embora o seu trabalho não seja devidamente reconhecido, como explicou o jornalista Hanan Habibzai.

A análise de conteúdo de reportagens sobre o Afeganistão que foram tema de capa da revista *Time* nos últimos 10 anos permitiu-nos reiterar que existe de facto um desequilíbrio na cobertura mediática do conflito. A maior parte das fontes citadas nas reportagens são oficiais e denota-se uma tendência de uma visão mais positiva da Administração a partir de Washington e mais negativa ao nível das fontes oficiais no terreno. A cobertura é predominantemente sobre táticas militares em determinadas operações levadas a cabo pela coligação, em detrimento de uma discussão mais aprofundada sobre a condução da guerra e a opinião de afegãos comuns sobre a presença das tropas no país. Além disso, apenas a reportagem fotográfica menciona que o fotojornalista estava *embedded* numa unidade militar para retratar o dia-a-dia dos soldados, apesar de em diversos momentos o nível de descrição de determinadas operações militares, quase cinematográfica, nos levar a crer que os autores estavam num contexto de *embedding*.

À medida que a Guerra do Afeganistão se prolonga no tempo, o tom da reportagem é gradualmente mais negativo: nos primeiros meses do conflito, as reportagens centravam-se na fuga dos *taliban* do poder e do seu fim próximo e, consequentemente, do regresso a casa das tropas norte-americanas; porém, nos últimos anos o regresso dos *taliban* às aldeias e cidades afegãs, a escalada de baixas militares e a dificuldade de *afeganização* da guerra são os principais temas em destaque na revista. Nos últimos anos, o declínio do apoio popular à Guerra do Afeganistão pode ser explicado pela sua percepção do conflito, através da cobertura pouco optimista dos media. Apesar de o esforço da Administração e do Pentágono para passar uma imagem menos negativa da guerra, a própria cobertura *embedded* faz transparecer uma estratégia confusa e os retrocessos verificados nos últimos anos do conflito. Até à retirada prevista para 2014, os media deverão continuar a ser entendidos pelo Pentágono como parte do esforço de guerra, envolvendo-os em *embedded* nas diversas operações militares levadas a cabo pelo exército. Resta saber que tipo de instrumento poderá ser utilizado para a cobertura mediática dos EUA após a retirada das tropas. Se, mesmo sem presença militar, os media permanecerão no terreno, vigilantes relativamente ao compromisso dos EUA e da comunidade internacional no processo de *nation-building* ou se, por fim, o conflito cairá no esquecimento, permanecendo uma breve lembrança da mais longa intervenção norte-americana desde a Guerra do Vietname.

BIBLIOGRAFIA

TEXTOS PRIMÁRIOS

Baker, Aryn e Kolay, Loi (2009), “The U.S. in Afghanistan: The Longest War”, in *Time*, 20 de Abril de 2009, consultado a 28/12/2011 em <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1890410,00.html>

Baker, Aryn (2010), “Afghan Women and the Return of the Taliban”, in *Time*, 9 de Agosto de 2010, consultado a 30/12/2011 em <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,2007407,00.html>

Chivers, C. J. (2010), “Marja Embed: Six Weeks in Helmand Province”, in *At War – The New York Times*, 22 de Março de 2010, consultado a 15/02/2011 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/03/22/marja-embed-six-weeks-in-helmand-province/>

DoD (2001a), *ASD PA Clarke Interview with CNN*, 28 de Outubro, consultado a 22/11/2011 em <http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=2216>

DoD (2001b), *ASD PA Meeting with Media Pool Bureau Chiefs*, 28 de Setembro de 2001, consultado a 22/11/2011 em <http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=1945>

DoD (2001c), *Secretary Rumsfeld Meeting with Media Pool Bureau Chiefs*, 18 de Outubro de 2001, consultado a 22/11/2011 em <http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=2138>

DoD (2001d), *ASD PA Clarke Meeting with Media Pool Bureau Chiefs*, 25 de Outubro de 2001, consultado a 22/11/2011 em <http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=2181>

DoD (2001e), *ASD PA Clarke Meeting with Bureau Chiefs*, 11 de Novembro de 2001, consultado a 22/11/2011 em

<http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=2351>

DoD (2001f), *Consolidated Public Affairs Guidance for News Media Coverage of Operation Enduring Freedom*, 20 de Dezembro de 2001, consultado a 23/11/2011 em

http://www.dod.mil/pubs/foi/operation_and_plans/GlobalWarOnTerrorism/EmbeddingMedia.pdf

DoD (2001g), *ASD PA Clarke Meeting with DoD National Media Pool Bureau Chiefs*, 27 de Dezembro de 2001, consultado a 23/11/2011 em

<http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=3848>

DoD (2002), *ASD PA Clarke Meeting With Bureau Chiefs*, 1 de Novembro de 2002, consultado a 23/11/2011 em

<http://www.defense.gov/transcripts/transcript.aspx?transcriptid=3325>

DoD (2003), *Public affairs guidance: on embedding media during possible future operations/deployments in the U.S. Central Command (CENTCOM) area of responsibility (AOR)*, consultado a 23/11/2011, em

<http://www.defense.gov/news/feb2003/d20030228pag.pdf>

Elliott, Michael *et al* (2002), “We Put The Capital 'M' In Miracle, in *Time*, 18 de Março de 2002, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1002006,00.html>

Farrell, Stephen (2010), “Embedistan”, in *At War – The New York Times*, 25 de Junho de 2010, consultado a 11/12/2010 em

<http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/06/25/embedistan-2/>

Farrell, Stephen (2012), “Conflict Reporting in the Post-Embed Era”, in *At War – The New York Times*, 27 de Fevereiro de 2012, consultado a 02/03/2012 em

<http://atwar.blogs.nytimes.com/2012/02/27/conflict-reporting-in-the-post-embed-era/>

Ghosh, Bobby (2010), “Taking It to the Taliban”, in *Time*, 8 de Março de 2010, consultado a 29/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1968115,00.html>

Klein, Joe (2009), “Afghanistan: Can Obama Sell America on This War?”, in *Time*, 14 de Dezembro de 2009, consultado a 28/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1945352,00.html>

Klein, Joe (2010), “Afghanistan: A Tale of Soldiers and a School”, in *Time*, 26 de Abril de 2010, consultado a 30/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1982319,00.html>

Lacayo, Richard *et al* (2001), “About Face”, in *Time*, 3 de Dezembro de 2001, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1001344,00.html>

Lacayo, Richard (2009), “A Window On the War in Afghanistan”, in *Time*, 12 de Outubro de 2009, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1927284,00.html>

McGirk, Tim e Ware, Michael (2004), “Remember Afghanistan?”, in *Time*, 8 de Março de 2004, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,993525,00.html>

Oppel, Richard A. (2011), “Embedistan: Outside the Wire, Off the Message”, in *At War – The New York Times*, 17 de Janeiro de 2011, consultado a 18/01/2011 em

<http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/01/17/embedistan-outside-the-wire-off-the-message/>

Powell, Bill (2007), “Warlord or Druglord?”, in *Time*, 19 de Dezembro de 2007, consultado a 28/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1587252,00.html>

Ratnesar, Romesh *et al* (2001), “The Manhunt: Into The Caves”, in *Time*, 17 de Dezembro de 2001, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1001439-5,00.html>

Rubin, Alissa J. (2010), “Kabul Bureau Chief Answers Readers’ Questions on Marja”, in “At War” – *The New York Times*, consultado a 02/01/2011 em

<http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/02/25/kabul-bureau-chief-answers-readers-questions-on-marja/>

Shadid, Anthony (2010), “Embedistan: Unembedded in Saddam’s Iraq”, in *At War* – *The New York Times*, 21 de Junho de 2010, consultado a 21/11/2011 em

<http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/07/21/unembedded-in-saddams-iraq/>

Stewart, Rory (2008), “How to Save Afghanistan”, in *Time*, 17 de Julho de 2008, consultado a 28/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1824099,00.html>

Tyrangiel, Josh *et al* (2001), “Inside Tora Bora: The Final Hours?”, in *Time*, 24 de Dezembro de 2001, consultado a 27/12/2011 em

<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1001483,00.html>

TEXTOS SECUNDÁRIOS

Albuquerque, R. (2011), “Al-Jazira. Como a ‘CNN árabe’ mudou o Médio Oriente”, in *Público* (edição impressa), 20 de Novembro de 2011

Allan, Stuart e Zelizer, Barbie (2004), *Reporting War – Journalism in Wartime*, Londres e Nova Iorque: Routledge

Allan, Stuart e Zelizer, Barbie (2011), *Journalism after September 11*, Londres e Nova Iorque: Routledge

Alter, Jonathan (1992), “Did the Press Push Us into Somalia?”, in *Newsweek*, 21 de Dezembro de 1992, consultado a 01/11/2010 em <http://www.thedailybeast.com/newsweek/1992/12/20/did-the-press-push-us-into-somalia.html>

Amanpour, Christiane (2003), “Epilogue”, in *Reporting at War – An Oral History*, (ed.) Michele Ferrari e James Tobin, Nova Iorque: Hyperion, pp. 207-217

Andersen, Robin (2007), *A Century of Media, A Century of War*, Nova Iorque: Peter Lang

Anderson, Jon L. (2002), *The Lion's Grave – Dispatches from Afghanistan*, Nova Iorque: Grove Press books

Angstrom, Jan (2008), “Inviting the Leviathan: external forces, war, and state-building in Afghanistan”, *Small Wars & Insurgencies*, Vol. 19, N.º 3, Swedish National Defence College, Estocolmo, JSTOR, pp. 374-396

Arnett, Peter (2003), “Peter Arnett”, in *Reporting at War – An Oral History*, Michele Ferrari e James Tobin (ed.), Nova Iorque: Hyperion, pp. 173-189

Arnett, Peter (2005), “It's Mine, the Whole Goddmaned Story is Mine!”, in *Feet to the Fire – The Media After 9/11*, Kristina Borjesson (coord.), Nova Iorque: Prometheus Books, pp.453-492

Barringer, Felicity (2002), “'Reality TV' About G.I.'s on War Duty”, in *The New York Times*, 21 de Fevereiro de 2002, consultado a 04/12/2011 em <http://www.nytimes.com/2002/02/21/international/21TUBE.html?ex=1014958800&en=71f688ae07423231&ei=5040&partner=MOREOVER>

Baum, Mathew A. e Potter, Philip B. K. (2008), “The relationship between Mass Media, Public Opinion, and Foreign Policy: Toward a Theoretical Synthesis, in *Annual Review of Political Science*, 2008:11, pp. 39-65

Bessaio, Ehad Y. (2005), “Al Jazeera and the War in Afghanistan: A Delivery System or a Mouthpiece?”, in *The Al Jazeera Phenomenon. Critical Perspectives on New Arab Media*, (ed.) Mohamed Zayani, Londres: Pluto Press, pp. 153-170

Borjesson, Kristina (2005), *Feet to the Fire – The Media After 9/11*, Nova Iorque: Prometheus Books

Braestrup, Peter (1977), *Big Story: How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of Tet 1968 in Vietnam and Washington*, Boulder, Colorado: Westview Press

Browne, Malcol (2003), “Epilogue”, in *Reporting America at War – An Oral History*, (ed.) Michele Ferrari e James Tobin, Nova Iorque: Hyperion, pp. 207-217

Boettcher, W. A. e Cobb, M. D. (2006), “Echoes of Vietnam? Casualty Framing and Public Perceptions of Success and Failure in Iraq”, in *The Journal of Conflict Resolution*, 50:6, pp. 831-854

Burke, Janson (2011), *9/11 Wars*, Londres: Allen Lane

Bush, George W. (2001), *Freedom at War with Fear*, 20 de Setembro de 2001, consultado a 30/10/2011 em <http://georgewbush-whitehouse.archives.gov/news/releases/2001/09/20010920-8.html>

Campbell, Duncan (2001), “US buys up all satellite war images”, in *The Guardian*, 17 de Outubro de 2001, consultado a 29/12/2011 em <http://www.guardian.co.uk/world/2001/oct/17/physicalsciences.afghanistan>

Carey, James W. (2011), “American journalism on, before, and after September 11”, in *Journalism after September 11*, (ed.) Barbie Zelizer e Stuart Allan, Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 87-103

Carter, Bill e Barringer, Felicity (2001), “In patriotic time, dissent is muted”, in *New York Times*, 28 de Setembro de 2001, consultado a 01/11/2001 em <http://www.ny>

times.com/2001/09/28/us/a-nation-challenged-speech-and-expression-in-patriotic-time-dissent-is-muted.html?pagewanted=all

Chatriwala, O. (2011), “What Wikileaks Tells Us About Al Jazeera”, in *Foreign Policy*, 19 de Setembro de 2011, disponível em http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/09/19/what_wikileaks_tells_us_about_al_jazeera [acedido a 22/09/2011]

Chivers, C. J. (2010), “Marja Embed: Six Weeks in Helmand Province”, in *At War – The New York Times*, 22 de Março de 2010, consultado a 15/02/2011 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/03/22/marja-embed-six-weeks-in-helmand-province/>

Chomsky, Noam e Herman, Edward S. (1998), *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*, Nova Iorque: Pantheon Books

Cooke, John B. (2007), *Reporting the war: freedom of the press from the revolution to the war on terrorism*, Nova Iorque: Palgrave Macmillan

Cohen, Bernard (1963), *The Press and Foreign Policy*, Princeton, N.J.: Princeton University Press

Cortell, Andrew *et al* (2009), “Why Embed? Explaining the Bush Administration’s Decision to Embed Reporters in the 2003 Invasion of Iraq”, in *American Behavioral Scientist*, Janeiro 2009, Vol. 1, N.º 5, pp. 657-677

Cottle, Simon (2006), *Mediatized Conflict: Development in Media and Conflict Studies*, Nova Iorque: Open University Press

Cronkite, Walter (2003), “Walter Cronkite”, in *Reporting America at War – An Oral History*, (ed.) Michelle Ferrari e James Tobin, Nova Iorque: Hyperion, pp. 19-32

Da Lage, O. (2005), “The Politics of Al Jazeera or the Diplomacy of Doha”, in *The Al Jazeera Phenomenon. Critical Perspectives on New Arab Media*, (ed.) Mohamed Zayani, Londres: Pluto Press

El-Nawawy, Mohammed e Powers, Shawn (2008), *Mediating Conflict. Al-Jazeera English and the Possibility of a Conciliatory Media*, Los Angeles: Figueroa Press

Farrell, Stephen (2010), “Embedistan”, in *At War – The New York Times*, 25 de Junho de 2010, consultado a 11/12/2010 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/06/25/embedistan-2/>

Farrell, Stephen (2012), “Conflict Reporting in the Post-Embed Era”, in *At War – The New York Times*, 27 de Fevereiro de 2012, consultado a 02/03/2012 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2012/02/27/conflict-reporting-in-the-post-embed-era/>

Ferrari, Michelle e Tobin, James (2003), *Reporting America at War – An Oral History*, Nova Iorque: Hyperion

Filkins, Dexter (2010), *Guerra Sem Fim*, Alfragide: Casa das Letras

Finnegan, Lisa (2007), *No Questions Asked – News Coverage since 9/11*, Londres: Praeger

Fisk, Robert (1991), “Out of the Pool”, in *Mother Jones*, Maio/Junho de 1991

Fisk, Robert (2009), *A Grande Guerra pela Civilização*, Lisboa: Edições 70

Gallup (2001), *Attack on America: Review of Public Opinion*, 17 de Setembro de 2001, consultado a 30/10/2011 em <http://www.gallup.com/poll/4906/Attack-America-Review-Public-Opinion.aspx>

Gallup (2011), Americans More Positive on Afghanistan After Bin Laden Death, 11 de Maio de 2011, consultado a 03/01/2012, em <http://www.gallup.com/poll/147488/Americans-Positive-Afghanistan-Bin-Laden-Death.aspx>

Gilboa, Eytan (2001), "Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects", in *Diplomacy & Statecraft*, 12: 2, pp. 1-28

Hallin, Daniel C. (1986), *The "Uncensored War". The Media and Vietnam*, Nova Iorque/Oxford: Oxford University Press

Habibzai, Hanan (2010), "Challenge facing media coverage: an Afghan perspective", in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, (ed.) Richard L. Keeble e John Mair, Suffolk: Abramis Publishing, pp. 56-66

Hayward, David (2010), "Why embeddd reporting is a necessary evil", in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, (ed.) Richard L. Keeble e John Mair, Suffolk: Abramis Publishing, pp. 49- 55

Hanagan, Deborah (2011), "The Changing Face of Afghanistan, 2001-08", in *Carlisle Papers*, US Strategic Studies Institute

Hanrahan, John (2011), "Needed: More American reporters in Afghanistan", in *Nieman Watchdog – Questions the press should ask*, consultado a 29/11/2011 em <http://www.niemanwatchdog.org/index.cfm?fuseaction=background.view&backgroundid=570>

Hastedt, Glen (2004), *Encyclopedia of American Foreign Policy*, Nova Iorque: Facts on File, Inc

Herman, Edward S. (1993), "The Media's Role in US Foreign Policy", in *Journal of International Affairs*, Verão, 47: 1, pp. 23-45

Hersh, Seymour (2001), "Escape and Evasion", in *New Yorker*, 12 de Novembro de 2001

International Federation of Journalists (s/d), *After Afghanistan... Iraq*, consultado a 22/11/2011 em <http://www.ifj.org/assets/docs/020/067/09b2514-aed0c43.pdf>

Institute for War and Peace Reporting (2002), *Reporting the future: A handbook for Afghan journalists*, Londres: IWPR, consultado a 23/07/2011 em http://iwpr.net/sites/default/files/afghanhandbook_english.pdf

Ismail, Amani, Yousef, Mervat e Berkowitz, Dan (2009), “‘American’ in crisis: opinion discourses, the Iraq and the politics of identity”, in *Media, War & Conflict*, vol. 2(2), pp. 149-170

Jentelson, Bruce (2007), *American Foreign Policy. The Dynamic of Choice in the 21st Century*, Duke University, Nova Iorque: WW Norton & Company

Johnson, Peter (2003), “Amanpour: CNN practiced self-censorship”, in *USA Today*, consultado a 4/01/2010 em http://www.usatoday.com/life/columnist/mediamix/2003-09-14-media-mix_x.htm

Junger, Sebastian (2011), *War*, Londres: 4th State

Kampfner, John (2003), “Saving Private Lynch story 'flawed'”, in BBC, 15 de Maio de 2003, consultado a 22/11/2011 em <http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/correspondent/3028585.stm>

Katz, Elihu e Lazarsfeld Paul F. (1955), *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Transaction Publishers

Keeble, Richard L. (2010), “Operation Moshtarak and the manufacture of credible, ‘heroic’ warfare”, in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, Keeble, Richard L. e Mair, John (coord.), Suffolk: Abramis Publishing, pp. 229-260

Keeble, Richard L. e Mair, John (2010), *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, Suffolk: Abramis Publishing

Klarevas, Louis (2003), “Media Impact”, in *Media Power, Media Politics*, Rozell, Mark J., Oxford: Rowman & Littlefield publishers, inc.

Knightley, Philip (2004). *The First Casualty: From the Crimea to Iraq: The War Correspondent as Hero, Propagandist and Myth Maker*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press

Knightley, Philip (2010), “How media distorted the truth on Afghanistan, ignored it or focused on soldiery valour in the face of evil”, in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, Keeble, Richard L. e Mair, John (coord.), Suffolk: Abramis Publishing, pp. 105-116

Knightley, Philip (2011), “Afterword – Journalism after September 11”, in *Journalism after September 11*, (ed.) Barbie Zelizer e Stuart Allan, Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 335-336

Knecht, Thomas e Weatherford, Stephen M. (2006), “Public Opinion and Foreign Policy: The Stages of Presidential Decision Making”, in *International Studies Quarterly*, 50, pp. 705-727

Kogen, Lauren e Price, Monroe E. (2011), “Deflecting the CNN effect: public opinion polling and Livingston outcomes”, in *Media, War & Conflict*, vol. 4(2), pp. 109-123

Koch, Michael e Gartner, Scott S. (2005), “Casualties and Constituencies: Democratic Accountability, Electoral Institutions, and Costly”, in *The Journal of Conflict Resolution*, 49:6, pp. 874-894

Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard e Gaudet, Hazel (1948), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Nova Iorque: Columbia University Press

Leffler, Melvyn P. (2011), “9/11 Retrospect”, in *Foreign Affairs*, Setembro/Outubro 2011, pp. 33-44

Lichter, Rothman (1990), *Elite Mediática*, Hastings House

Lippmann, Walter (1922/2007), *Public Opinion*, California: BN Publishing

Lipset, Seymour M. (1966), “The president, the polls, and Vietnam”, in *Transactions*, n.º3, pp 19–24

Little, Allan (2010), “In defence of the non-embed”, in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, (ed.) Richard L. Keeble e John Mair, Suffolk: Abramis Publishing, pp. 6-12

Loureiro dos Santos (2011), “Os Estados unidos e as duas guerras do Afeganistão e do Iraque”, in *11 de Setembro – uma década depois*, (ed.) Sara Pina, Lisboa: Almedina e FLAD, pp. 43-49

Louw, Eric (2010), *The Media & Political Process*, Londres: Sage Publications

Marye, James (2004), *The media and national security decision-making*, U.S. Army War College

Marsden, P. (2003), “Afghanistan: The reconstruction process”, *International Affairs*, vol. 79, n.º1, JSTOR

Marsh, Kevin (2010), “Afghanistan, truth and the unexamined war”, in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, (ed.), Richard L. Keeble e John Mair, Suffolk: Abramis Publishing, pp. 67-84

Massing, Michael (2004) *Now They Tell Us*, Nova Iorque: The New York Review Book

Matthews, Lloyd J. (coord.) (1991), *Newsmen and National Defense: Is Conflict Inevitable?* Nova Iorque: Brassey's

McChesney, Robert W. (2011), “September 11 and the structural limitations of journalism”, in *Journalism after September 11*, (ed.) Barbie Zelizer e Stuart Allan, Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 104-112

McClure, Robert e Patterson, Thomas E. (1976), “Print vs Network news”, in *Journal of Communications*, vol. 26, n.º2, pp. 23-28

McCombs, Maxwell. E. e Shaw, Donald L. (1972), “The agenda-setting function of mass media”, in *Public Opinion Quartely*, n.º 36, pp. 176-187

McCombs, Maxwell E. (2003), “The Agenda-Setting Role of the Mass Media in the Shaping of Public Opinion”, Universidade do Texas (Austin), consultado a 05/02/11 em http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/mccombs01.pdf

McLaughlin, Greg (2002), *The War Correspondent*, Londres: Pluto Press

Mill, Stuart (1921), *On Liberty*, Longmans, Green, and Company

Miller, Charles (2010), *Endgame for the West in Afghanistan? Explaining the Decline in Support for the War in Afghanistan in the United States, Great Britain, Canada, Australia and Germany*, U.S. Army War College

Miller, Judith (2003), “Illicit Arms Kept Till Eve of War, An Iraqi Scientist Is Said to Assert”, in *New York Times*, 21 de Abril de 2003, consultado a 20/01/2012 em <http://www.nytimes.com/2003/04/21/world/aftereffects-prohibited-weapons-illicit-arms-kept-till-eve-war-iraqi-scientist.html?pagewanted=all&src=pm>

Muller, Colleen (2010), “Baghdade bureaux: an exploration of the interconnected world of fixers and correspondents at the BBC and CNN”, in *Media, War & Conflict*, vol. 3(2), pp. 125-137

Obama, Barack (2009), *The Way Forward in Afghanistan and Pakistan*, discurso proferido a 1 de Dezembro de 2009, em *West Point*, consultado a 02/01/2012 em <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/remarks-president-address-nation-way-forward-afghanistan-and-pakistan>

Obama, Barack (2011), *The Way Forward in Afghanistan*, proferido a 22 de Junho de 2011, consultado a 02/01/2012 em <http://www.whitehouse.gov/the-press-office/2011/06/22/remarks-president-way-forward-afghanistan>

O'Hegherman, Philip (1993). "Mass media and US policy foreign policy: a mutual exploitation model of media influence in US foreign policy". in R. J. Spitzer, *Media and public policy*. Nova Iorque: Praeger Publishers.

Oppel, Richard A. (2011), "Embedistan: Outside the Wire, Off the Message", in *At War – The New York Times*, 17 de Janeiro de 2011, consultado a 18/01/2011 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2011/01/17/embedistan-outside-the-wire-off-the-message/>

Page, Benjamin I. e Bouton, Marshall M. (2006), *The Foreign Policy Disconnect: what Americans want from our leaders but don't get*, Chicago: The University of Chicago Press

Petraeus, David H. e Amos, James F. (2006), *Counterinsurgency*, Washington: Department of the Army, consultado a 13/01/2012 em <http://www.fas.org/irp/doddir/army/fm3-24.pdf>

Pew Research Center for the People & the Press (2001), "Post September 11 Attitudes", 6 de Dezembro de 2001, consultado a 29/10/2011 em <http://www.people-press.org/2001/12/06/post-september-11-attitudes/>

Pew Research Center for the People & the Press (2009), *America's Place in the World 2009*, com *Council on Foreign Affairs*, consultado a 29/10/2011, em <http://www.people-press.org/files/legacy-pdf/569.pdf>

Pina, Sara (2011), *11 de Setembro – uma década depois*, Lisboa: Almedina e FLAD

Powlick, Philip J. e Katz Andrew Z. (1998), "Defining the American Public Opinion/ Foreign Policy Nexus", in *Mershon International Studies Review*, n.º 42, pp. 29-61

Project for Excellence in Journalism (2001), “Before and After: How The War on Terrorism Has Changed The News Agenda”, 19 de Novembro de 2001, consultado a 30/11/2011 em <http://www.journalism.org/node/289>

Project for Excellence in Journalism (2006), “How 9-11 changed the evening News”, 11 de Setembro de 2006, consultado a 30/11/2011 em <http://www.journalism.org/node/1839>

Reed, Charlie (2009), “Journalists' recent work examined before embeds”, in *Stars and Stripes*, 24 de Agosto de 2009, consultado a 02/02/2012 em <http://www.stripes.com/news/journalists-recent-work-examined-before-embeds-1.94239>

Robinson, Piers (2004) “Researching US media-state relations and twenty-first century wars”, in *Reporting War – Journalism in Wartime*, Barbie Zelizer e Stuart Allan (ed.), Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 96-112

Rosen, Jay (2011), “September 11 in the mind of American Journalism”, in *Journalism after September 11*, Barbie Zelizer e Stuart Allan (ed.), Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 35-43

Rosen, Nir (2011), “Western media fraud in the Middle East”, in *Al Jazeera*, 18 de Maio de 2011, consultado a 31/05/2011 em <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2011/05/201151882929682601.html>

Rosenau, James N. (1961), *International politics and foreign policy: a reader in research and theory*, Nova Iorque: Free Press

Rozell, Mark J. (2003), *Media Power, Media Politics*, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers

Rubin, Alissa J. (2010), “Kabul Bureau Chief Answers Readers’ Questions on Marja”, in “At War” – *The New York Times*, consultado a 02/01/2011 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/02/25/kabul-bureau-chief-answers-readers-questions-on-marja/>

Rusciano, Frank L. (2010), “The ‘right to know vs knowing what’s right’: tabloid ethics and news reporting in the Iraq War”, in *Media, War & Conflict*, vol. 3(3), pp. 245-260

Santos, José R. (1992), *Comunicação*, Lisboa: Difusão Cultural

Santos, José R. (2001), *Os correspondentes de guerra, o discurso jornalístico e a história - para uma análise da reportagem de guerra em Portugal no século xx*. Tese de doutoramento submetida à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

Schudson, Michael (2011), “What’s unusual about covering politics as usual”, in *Journalism after September 11*, (ed.) Barbie Zelizer e Stuart Allan, Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 44-54

Shadid, Anthony (2010), “Embedistan: Unembedded in Saddam’s Iraq”, in *At War – The New York Times*, 21 de Junho de 2010, consultado a 21/11/2011 em <http://atwar.blogs.nytimes.com/2010/07/21/unembedded-in-saddams-iraq/>

Shane, Leo (2009), “Army used profiles to reject reporters”, in *Stars and Stripes*, 9 de Agosto de 2009, consultado a 02/02/2012 em <http://www.stripes.com/news/army-used-profiles-to-reject-reporters-1.94340>

Small, Melvin (2002), “Public Opinion” in *Encyclopedia of American Foreign Policy*, Hastedt, Glen, Nova Iorque: Facts on File, Inc, pp. 275-281

Smith, Vaughan (2010), “The ‘brittle’ compact between the military and the media”, in *Afghanistan War and the Media: Deadlines and Frontlines*, (ed.), Richard L. Keeble e John Mair, Suffolk: Abramis Publishing, pp. 42-48

Soroka, Stuart N. (2003), “Media, Public Opinion, and Foreign Policy”, in *Press/Politics*, 8(1), pp. 27-48

Sousa, Jorge P. (2003). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa

Starnes, Glenn (2004), *Leveraging the media: The embedded media program in Operation Iraqi Freedom*, US Strategic Studies Institute

Steinbeck, John (1958), *Once there was a war*, Londres: Penguin Books

Straus, T. (2001), “The CNN of the Arab World”, in *Global Issues*, consultado a 02/01/2012 em <http://www.globalissues.org/article/285/cnn-of-the-arab-world>

Taylor, Philip M. (1992), *War and the Media*, Nova Iorque: Manchester University Press

Taylor, Philip (1997), *Global Communication, International Affairs and the Media since 1945*, Londres e Nova Iorque: Routledge

The New York Times – editorial (2001), “The Prisoners at Guantánamo”, in *The New York Times*, 22 de Janeiro de 2002, consultado a 02/02/2012 em <http://www.nytimes.com/2002/01/22/opinion/the-prisoners-at-guantanamo.html>

The New York Times – editorial (2004), “The Time and Iraq”, in *The New York Times*, 26 de Maio de 2004, consultado a 21/01/2012 em http://www.nytimes.com/2004/05/26/international/middleeast/26FTE_NOTE.html?page_wanted=all

Tocqueville, Alexis de (1835/2008), *Da Democracia na América*, Lisboa: Relógio d'Água

Tomsen, Peter (2011), *The Wars in Afghanistan – Messianic Terrorism, Tribal Conflicts, and the Failures of Great Powers*, Nova Iorque: PublicAffairs

Traquina, Nelson (2002), *Jornalismo*, Lisboa: Quimera

Waisbord, Silvio (2011), “Journalism, risk, and patriotism”, in *Journalism after September 11*, Barbie Zelizer e Stuart Allan (ed.), Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 273-291

Wills, Jim (2007), *The media effect: how the news influences politics and government*, Nova Iorque: Praeger Publishers

Wolf, Mauro (2002), *Teorias da Comunicação*, 7ª edição, Lisboa: Editorial Presença

Woodrow, Alain (1991), *Informação, Manipulação*, Lisboa: Dom Quixote

Zaller, John; Chiu, Dennis (1996), "Government's Little Helper: U.S. Press Coverage of Foreign Policy Crisis, 1945-1991, in *Political Communication* (13), pp. 385-405

Zayani, Mohamed (2005), *The Al Jazeera Phenomenon. Critical Perspectives on New Arab Media*, Londres: Pluto Press

Zednik, Rick (2002), “Inside Al Jazeera. (Perspectives On War)”, in *Columbia Journalism Review* 40.6 (2002): 44

REFERÊNCIAS ELECTRÓNICAS

At War – The New York Times

<http://atwar.blogs.nytimes.com/>

Committee to Protect Journalists

<http://cpj.org/>

Council on Foreign Affairs / Guerra no Afeganistão

<http://www.cfr.org/afghanistan/us-war-afghanistan/p20018>

DoD – Department of Defense

<http://www.defense.gov/>

DoD | Defense Media Activity

<http://www.dma.mil/>

International Federation of Journalists

<http://www.ifj.org/>

NATO

<http://www.nato.int/>

Newseum/War Stories

<http://www.newseum.org/warstories/index.htm>

Strategic Studies Institute – United States Army War College

<http://www.strategicstudiesinstitute.army.mil/>

Soldiers – The Official US Army Magazine

<http://soldiers.dodlive.mil/>

UNAMA – United Nations Assistance Mission in Afghanistan

<http://unama.unmissions.org/>

US Army Center of Military History

<http://www.history.army.mil/>

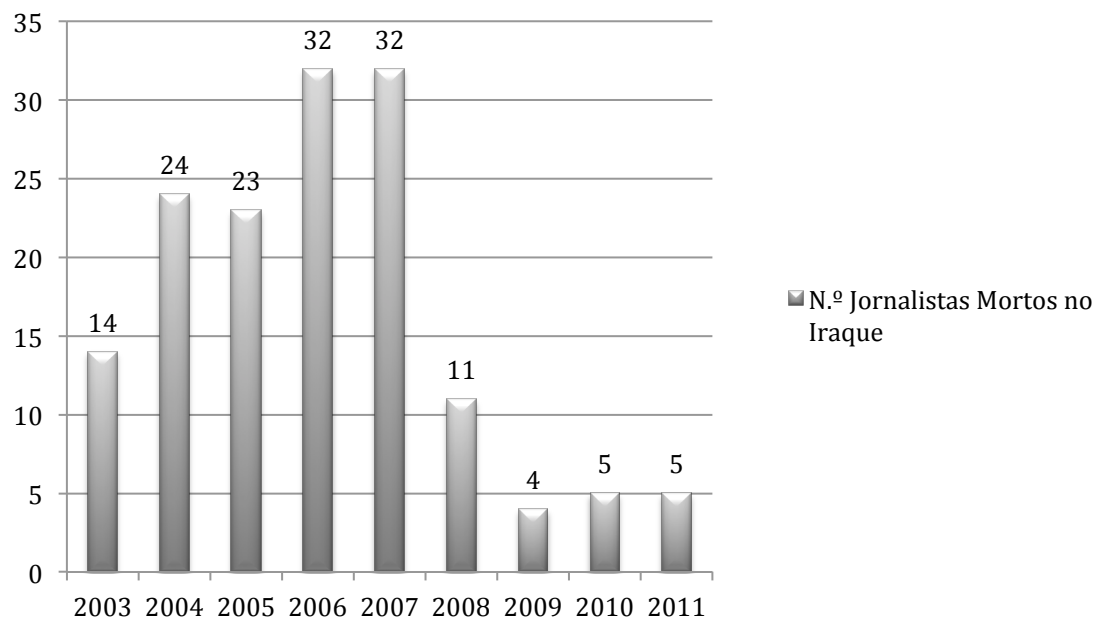
US Department of State

<http://www.state.gov/>

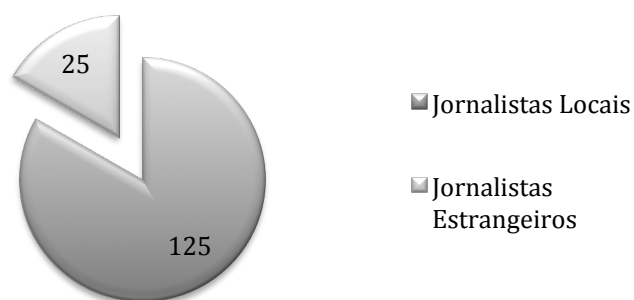
ANEXOS

ANEXO 1

_ N.º Jornalistas Mortos no Iraque



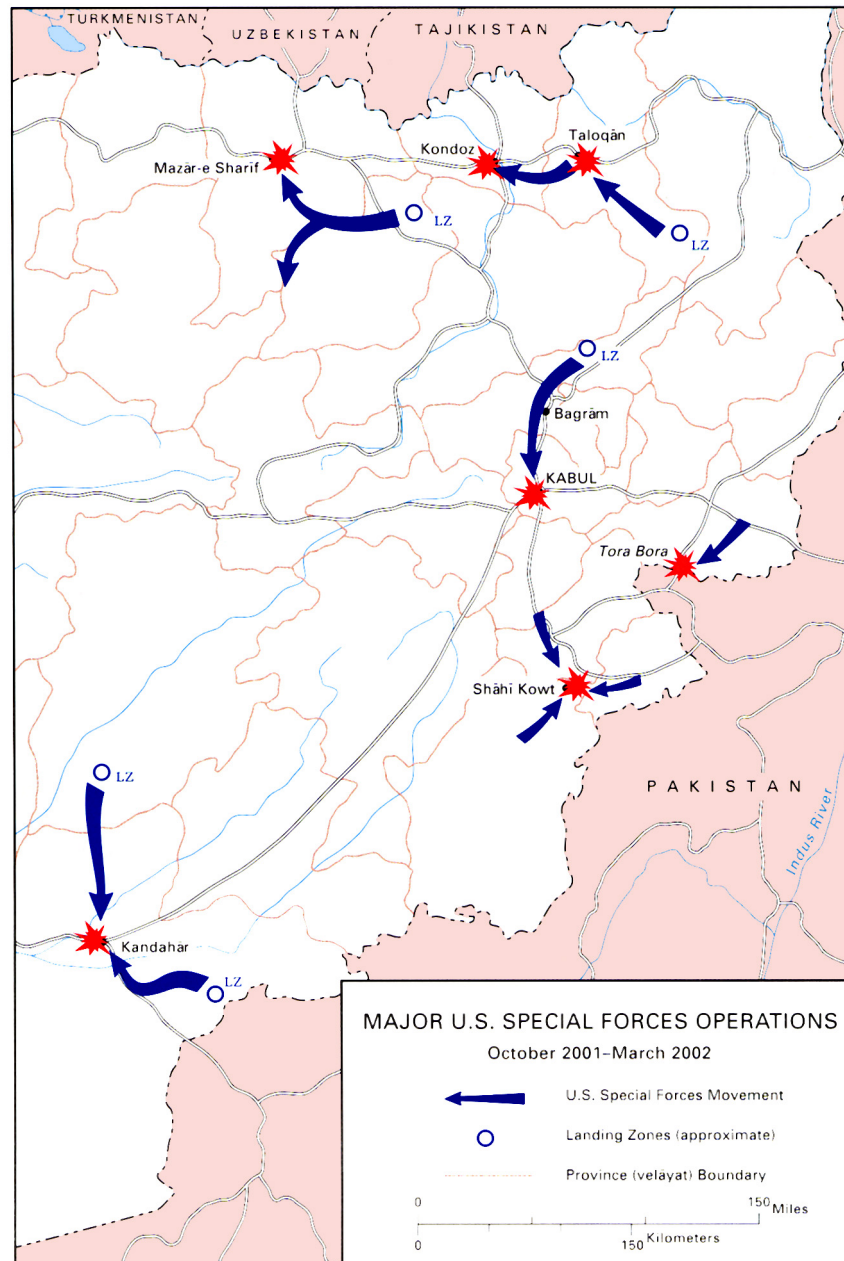
_ Jornalistas Mortos no Iraque – Estrangeiros/Locais



A partir de dados obtidos no site do Committee to Protect Journalists (<http://cpj.org/killed/mideast/iraq/>)

ANEXO 2

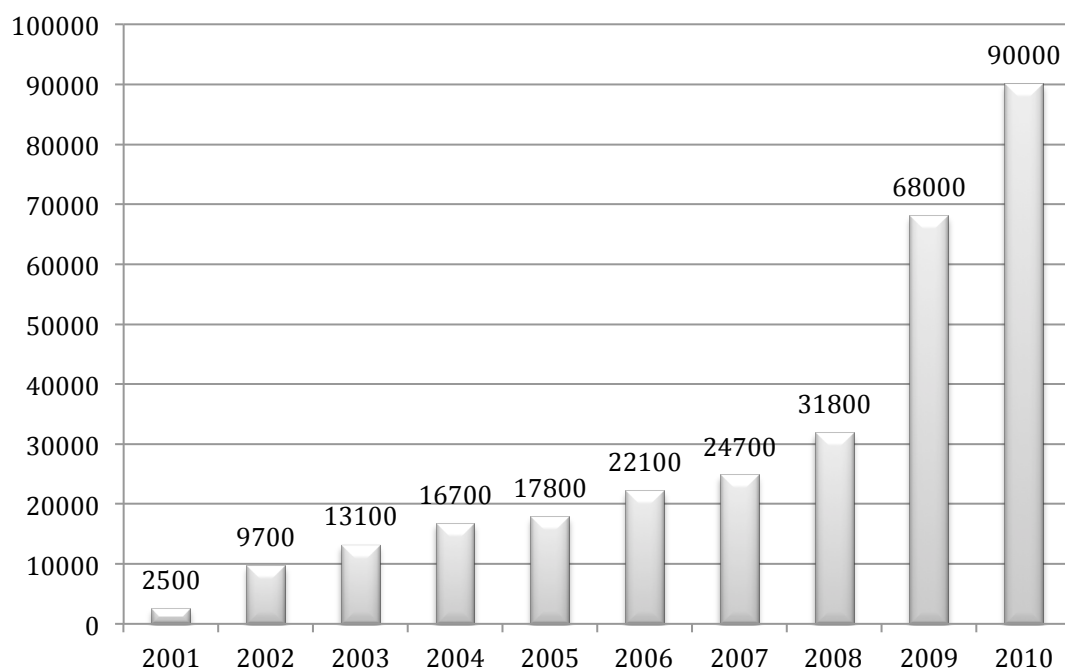
_ Principais Operações Especiais dos EUA no Afeganistão de Outubro de 2001 a Março de 2002



Fonte: US Army Center of Military History, “Operation Enduring Freedom” em <http://www.history.army.mil/brochures/Afghanistan/Operation%20Enduring%20Freedom.htm#p3>

ANEXO 3

_ Número de tropas norte-americanas no Afeganistão (2001-2010) – número aproximado

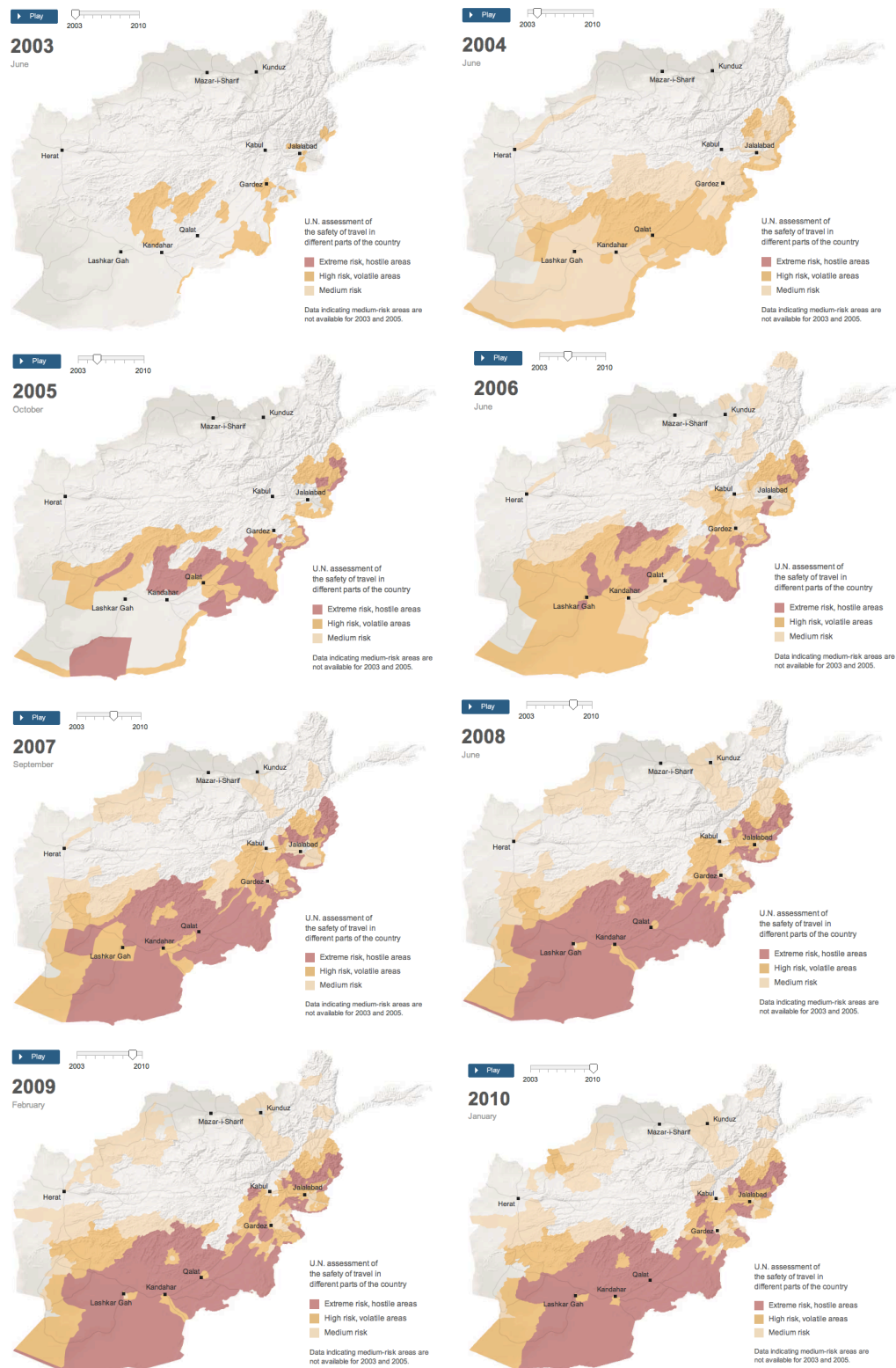


A partir de dados obtidos no *New York Times* e US Department of Defense

ANEXO 4

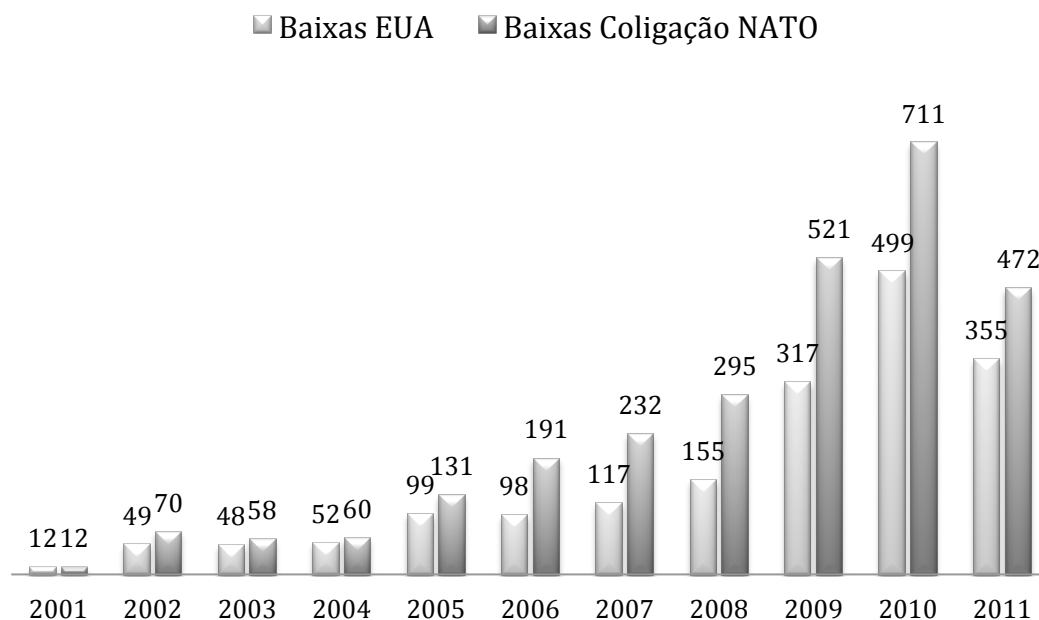
_ Áreas de Maior Perigo no Afeganistão

(Fonte: *New York Times*, em <http://www.nytimes.com/interactive/2010/09/12/world/asia/20100912-afghan-indicators.html>)



ANEXO 5

_ Número de soldados norte-americanos e da coligação da NATO mortos no Afeganistão (2001/2011)



A partir de dados obtidos em iCasualties (em <http://icasualties.org/OEF/ByYear.aspx>)
e *The Guardian* (em <http://www.guardian.co.uk/news/datablog/2009/sep/17/afghanistan-casualties-dead-wounded-british-data>)

ANEXO 6

_ Pedido de Desculpas do Departamento de Defesa dos EUA aos jornalistas



PUBLIC AFFAIRS

**OFFICE OF THE ASSISTANT SECRETARY OF DEFENSE
1400 DEFENSE PENTAGON
WASHINGTON, DC 20301-1400**

6 December 2001

TO: Bureau Chiefs
FROM: Victoria Clarke
CC: RADM Craig Quigley
SUBJECT: Media Coverage Issues

We owe you an apology. The last several days have revealed severe shortcomings in our preparedness to support news organizations in their efforts to cover U.S. military operations in Afghanistan.

We have a significant responsibility to provide your correspondents the opportunity to cover the war. It is a responsibility that we take seriously. Our policy remains the same as it always has been: Keeping in mind our desire to protect operational security and the safety of men and women in uniform, we intend to provide maximum media coverage with minimal delay and hassle. That has not always been the case over the last few days, particularly with regard to the coverage of dead and wounded returning to the Forward Operating Base known as Rhino.

The following are actions we have taken and will take to address our responsibilities and your concerns:

- I have assigned an officer to work out of our Bahrain office whose full-time job is to stay on top of the logistics support for media ashore. Airplane flights into and out of Afghanistan; staying in touch with news organization representatives on changes; keeping the master list of who wishes to go into Afghanistan – all of it. Major Robert Winchester can be reached in Bahrain at 973-724-561/027.



- We have decided we need more senior, more experienced PAOs on the ground in Afghanistan who can better handle the challenges. These officers will also facilitate access, filing, communication with higher headquarters – all of it. They will be stationed at Bagram Airfield, Mazar-e Sharif and Rhino within the next week. We will provide you their names and contact information as soon as possible.
- We have stationed three military PAOs at Bagram, and three are enroute to Mazar-e Sharif, that are able to provide filing and access support to your efforts from within the country. We believe improving the communication and manning of our press centers at Bagram Airfield and Mazar-e Sharif will provide better and faster access to our troops there.
- Today, we reissued public affairs guidance to all our subordinate commands so that everyone understands Secretary Rumsfeld's and General Franks' intent – maximum coverage, minimum hassle.
- As ever, our primary goal is longer duration, larger numbers and unilateral filing status for news organizations covering the military action in Afghanistan. We remain committed to achieving that goal.

The road ahead will not be easy. While we cannot do everything you might want in covering this most unconventional of wars, we can guarantee one thing: we will keep the lines of communication with you open at all times to address these and other issues.



PUBLIC AFFAIRS

OFFICE OF THE ASSISTANT SECRETARY OF DEFENSE
1400 DEFENSE PENTAGON
WASHINGTON, DC 20301-1400

13 December 2001

The Way Ahead in Afghanistan

1. We intend to put in place a total of three nearly-identical Coalition Press Information Centers (CPICs) in Afghanistan at Mazar-e Sharif, Bagram and Qandahar Airport.
2. We envision having 5-10 public affairs staff at each site, with rudimentary communication capability (small numbers of cell phones, e-mail, etc.).
3. Function of staff at each site is to facilitate access to U.S. and coalition forces that are posted there. That means interviews, camera access – anything we can provide within available resources to help you do your job.
4. Mazar-e Sharif. This site will become a hub of humanitarian aid activity in the northern part of Afghanistan. The runway is being repaired and upgraded by U.S. Air Force Red Horse engineers and local contractors; a Jordanian field hospital is being installed; French and American force protection soldiers are on station; and NGO reps will soon use this as a site for moving relief supplies in, then moving them further into Afghanistan.
5. Bagram. Very similar function in the east central part of Afghanistan. Runway here is being repaired and upgraded by U.S. Navy SEABEES and local contractors; a Jordanian mine flail called an Aardvark is clearing mines and unexploded ordnance; American 10th Mountain Division soldiers are providing perimeter security; and NGO reps will soon be here as well.
6. Qandahar Airport. Same function in southwestern Afghanistan. This site still immature and many days away from a useable runway, living conditions, etc., but ultimate goal remains the same.
7. Access. We hope to transition to a round-robin military aircraft leaving Bahrain weekly and moving news media reps to Qandahar – Bagram – Mazar – Bahrain. Will be coordinated out of a small (3-5 people) logistics cell in Bahrain. Don't have this set up yet, but we envision matching schedules, desires of correspondents and availability of our forces on the ground as much as possible to help you do your job. This system would remain in place until U.S. military forces leave Afghanistan or news interest fades.



ANEXO 7

ENTREVISTA A MICHAEL MASSING¹⁶⁹

Jornalista norte-americano e autor do livro *Now do they tell us*, sobre a imprensa norte-americana no Iraque. Na última década, esteve por diversas vezes no Iraque e Afeganistão, algumas das quais *embedded* com militares dos EUA.

Hoje em dia existe uma série de ferramentas utilizadas pelos militares que permitem aos jornalistas estar na frente de batalha. Recordo-me por exemplo do sistema de *pool* na Primeira Guerra do Golfo ou do *embedment* mais recentemente nas guerras do Afeganistão e Iraque. Diversas pessoas consideram um bom acordo, uma situação *win-win*, já que ao jornalista permite aceder ao campo de batalha e aos militares permite dar a sua versão da história. Concorda com esta perspectiva?

A questão do *embedment* é muito importante e de certa forma complexa. Tanto o Afeganistão como o Iraque são locais muito perigosos para jornalistas. O Iraque está melhor hoje em dia que há uns anos, mas é ainda perigoso, dependendo da parte do país para onde se viaja. E o Afeganistão, já não vou lá há anos, mas certamente que fora de Cabul tens a vida nas tuas mãos. Mas depende muito para onde se vai. É extremamente difícil fazer reportagem nestas condições, é necessário estar consciente que há problemas de segurança e estar *embedded* pode ser uma forma de conseguir ir a sítios que não seria possível de outra forma. Num determinado sentido, é uma mais valia. O problema é a forma como o utilizam e a sua extensão a demasiados jornalistas, não tendo em conta as limitações de estar em sítios onde é difícil fazer reportagem e também o facto de não reconhecer essas limitações na reportagem. Isto é algo que me incomoda: ler uma reportagem em que o jornalista está numa situação de *embedment* mas não reconhece isso. Eu apoio veemente ter indicadores, algum tipo de marcas no texto que indiquem que está dentro de uma determinada unidade limitar. Acho que é importantíssimo dar ao leitor pistas que indiquem que aquela reportagem foi feita dentro daquelas condições. Mas ainda mais importante que isso é o facto de achar que os jornalistas não têm em conta em como vão divulgar as histórias. As limitações óbvias de ter pessoal militar a rodear-te quando estás a cobrir uma história ou a entrevistar a

¹⁶⁹ Realizada a 31 de Maio de 2011, através de *Skype* e com recurso a gravador

população local. É simplesmente surpreendente como os jornalistas não têm isso em conta ou não tentam tomar medidas adicionais para compensar isso.

Hoje em dia, nos media norte-americanos, considera que existe um défice de conhecimento do que há do *outro* lado nesses países em conflito?

Sim, e acho que não é apenas um problema... O *embedment* é apenas uma parte deste problema na cobertura. A cobertura mediática reflecte a visão norte-americana e os pontos de vista oficiais e não presta muita atenção à população local e aos seus pontos de vista. Isto é resultado de ter uma perspectiva distorcida do que está a acontecer nesses países.

Considera que este tipo de instrumentos utilizados pelos militares norte-americanos são formas para controlar ou proteger os repórteres? Ou cumpre ambas as funções?

Bem, são ambas. Não há dúvida que quando os jornalistas acompanham os militares, estes se sentem, de certa forma, responsáveis por garantir a segurança dos repórteres. Uma vez que estive *embedded* no Iraque com os soldados, eles viraram-se para mim a brincar e disseram “Oh, mais um, temos de o proteger”, entre outras coisas. Não há dúvidas de que eles fazem alterações por ter um jornalista *embedded*. A questão mais ampla... Não sei se está familiarizada com o manual elaborado pelo General Petraeus em 2005, há uma secção dedicada aos media e de quão benéfico é para os militares controlar... No fundo ganhar a guerra da informação dos jornalistas que passam tempo *embedded* com os militares. E o que realmente diz o manual é que quanto mais tempo passa com os militares, mais possivelmente reflectirá a perspectiva dos militares. E na minha leitura este é realmente o caso. Acho que os jornalistas, às vezes conscientemente, outras vezes inconscientemente, adoptam a perspectiva daqueles que os estão a proteger.

Considera que os jornalistas norte-americanos adoptam uma atitude patriótica quando estão *embedded* com as tropas norte-americanas?

Não diria patriótica... É mais uma *confluência de perspectivas*. Estás a viajar com pessoas com quem partilhas raízes culturais, a mesma língua (que é um ponto crítico); e nós podemos falar com eles se quisermos e também um sentimento de culpa, do tipo “Estou aqui, sou jornalista e não quero pôr a minha vida em risco”. É

inevitável... Começas a identificar-te com as pessoas que são responsáveis pela tua segurança – existem factores culturais, linguísticos e nacionais. Sim, existem factores nacionais, mas não lhe chamaria patriotismo.

E existe auto-censura?...

Recuperando o que disse, inevitavelmente existe. É uma forma de proteger as pessoas de parecerem estúpidas (risos). É uma forma de “limpar” a reportagem, ou seja, coisas como por exemplo pornografia e outros aspectos são filtrados na cobertura. Mas é possível encontrar estes detalhes em livros e em reportagens na *Rolling Stone*. Acho que há uma preocupação de não fazer as tropas no terreno se sentirem mal ou desconfortáveis com determinadas informações, mas isso não é ser patriótico.

O que acha da diminuição de delegações no exterior? Por exemplo, a maior parte das delegações norte-americanas no exterior estão situadas em locais onde existem interesses dos EUA.

Durante anos existiram muitas delegações no Cairo, por exemplo, não estavam necessariamente localizados onde existem interesses dos EUA. Houve uma tremenda diminuição, há muitos menos escritórios e estão agora concentrados em sítios onde os EUA têm interesses directos, em particular no Médio Oriente.

Mas essa diminuição de escritórios no estrangeiro pode pôr em risco a cobertura do *Outro*, do outro lado da história, não tendo contacto permanente com as ruas, por exemplo.

Sim, é definitivamente um problema. Mas é um problema estrutural. Existe uma falha de conhecimento do Médio Oriente, da língua árabe e línguas locais. Culpabilizo-me por isso, por exemplo.

Bem, agora temos a *Al Jazeera English*...

Sim, de facto. E mesmo jornais como o *New York Times* têm já pessoal que fala fluentemente árabe, mas é ainda muito mais a excepção do que a regra. Li há uns dias um artigo¹⁷⁰ muito interessante no que diz respeito às revoltas árabes, de um repórter da *Al Jazeera* que está a cobrir o Egipto e fala de como a *Al Jazeera* tem escritórios por

¹⁷⁰ Pode ser consultado em <http://www.aljazeera.com/indepth/opinion/2011/05/201151882929682601.html>

toda a região e de como, claro, toda a gente fala árabe. Ele fala da Líbia e alguém pergunta o que acha sobre a intervenção norte-americana na Líbia e ele observa que a grande maioria das pessoas, da população árabe, apoia a intervenção na Líbia. Eu não vi este tipo de reportagem em lado nenhum e é um reflexo da escassa presença na região, mas também de que as pessoas não falam porque os jornalistas, os correspondentes não tendem a falar com as pessoas nas ruas, não saem... Não saem muito não só das linhas oficiais como também das pessoas “ocidentalmente orientadas”... Acho que o desequilíbrio na cobertura tem a ver com tudo isto. Nós estamos *embedded* com pessoas com quem nos identificamos, temos o mesmo *background* ocidental, passamos semanas ou meses com eles...

Posto isto e a título provocatório, considera que existe uma espécie de preguiça ou inércia na cobertura?

Não colocaria as coisas tão preto no branco, mas creio que existe uma espécie de *provincialismo intelectual*, menos interesse nas pessoas das ruas. E não culpabilizo apenas os jornalistas, mas também os editores que aconselham que a gente consulte pessoas com mais formação, muitas vezes formados em universidades norte-americanas, ou seja, pessoas com opinião formada e informada sobre a questão.

Li um artigo seu no qual defende que existe uma espécie de *pack mentality* nos media dos EUA.

Sim, existe uma convergência nas opiniões. Os jornalistas tendem a acompanhar a opinião dos seus colegas. Os editores muitas vezes a partir de Washington alertam “o teu colega disse isto” ou “aquele jornal está a dizer aquilo”. Pegar num tema controverso pode ser danoso para a tua carreira.

Actualmente considera que os media podem influenciar a agenda política?

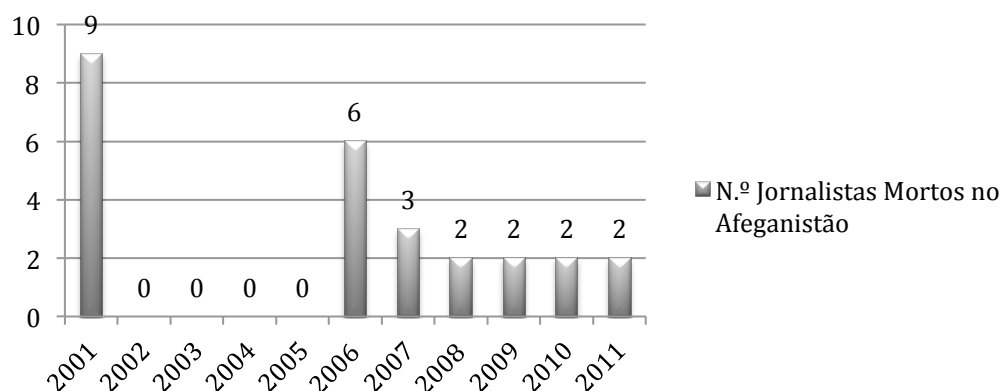
Isso é uma grande questão... Não acho que os media numa guerra tenham poder de influência. Existe uma opinião pública já forte... Se a pergunta fosse se os media poderiam fazer um trabalho melhor na cobertura de pessoas em zonas importantes, e o mundo árabe é uma das zonas-chave, os norte-americanos estariam muito mais bem informados e aí o impacto poderia ser diferente.

Qual será o futuro da cobertura de guerra?

A cobertura mediática de conflitos é muito dispendiosa. No Afeganistão, sinto que a cobertura é muito superficial. Não sabemos como é que o povo afegão está a ver a guerra, ou o que pensam da presença ocidental lá... Sinto-me muito frustrado em relação a isto. Acho que se dá demasiada atenção às fontes oficiais, tem sido uma cobertura de certa forma positiva, muito graças à situação de *embedment*. Sobre o futuro... não vejo grandes alterações em termos do reconhecimento da necessidade de *estar* no terreno, de ter reportagem nas ruas, o que em certa medida é a maior ausência da imprensa actual.

ANEXO 8

_ N.º Jornalistas Mortos no Afeganistão



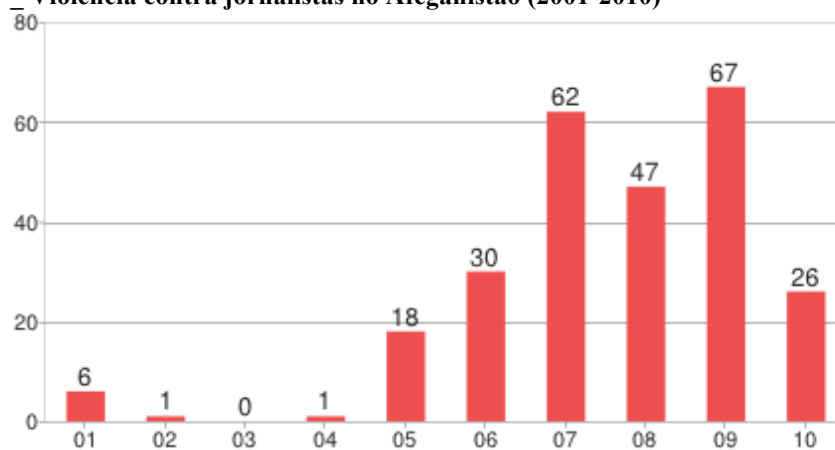
_ Jornalistas Mortos – Estrangeiros/Locais _ Jornalistas mortos por tipo de órgão de informação



A partir de dados obtidos no site do Committee to Protect Journalists

(<http://cpj.org/killed/asia/afghanistan/>)

_ Violência contra jornalistas no Afeganistão (2001-2010)

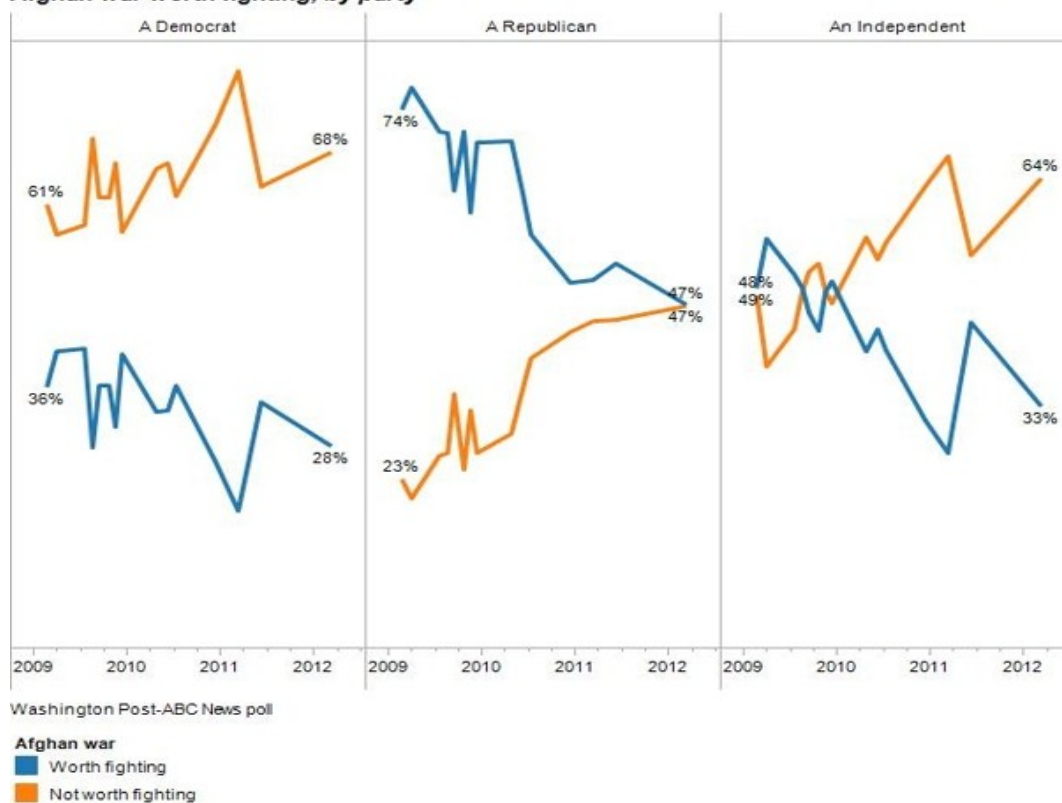


Fonte: Violence Against Journalists in Afghanistan – an internews project (<http://data.nai.org.af/>)

ANEXO 9

_ TENDÊNCIAS DA OPINIÃO PÚBLICA NORTE-AMERICANA SOBRE A GUERRA DO AFGANISTÃO

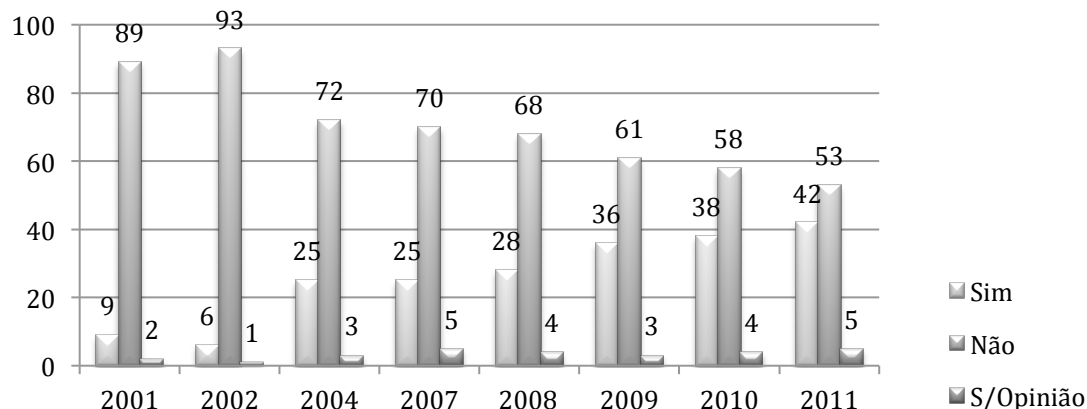
Afghan war worth fighting, by party



Fonte: *Washington Post* (http://www.washingtonpost.com/blogs/behind-the-numbers/post/poll-few-in-us-sense-afghan-support-for-war/2012/03/11/gIQAfj4S5R_blog.html)

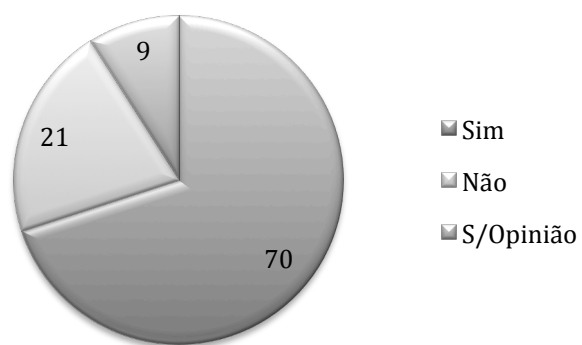
_ Sondagem de Opinião Pública sobre Guerra no Afeganistão (2001/2011)

Pensando no momento actual da acção militar dos EUA no Afeganistão que teve início em 2001, considera que os EUA cometeram um erro em enviar forças militares para o Afeganistão, ou não?



A partir de dados obtidos em sondagem realizada pela GALLUP (em <http://www.gallup.com/poll/116233/Afghanistan.aspx>)

Se os EUA e os seus aliados saírem do Afeganistão, considera que o país cairá ou não no controlo dos taliban? (Jan/2009)



Fonte: GALLUP

ANEXO 10

_ TIME: Guerra do Afeganistão como tema de capa (2001-2010)



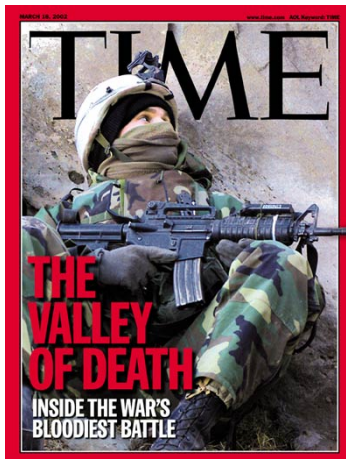
03/12/2001



17/12/2001



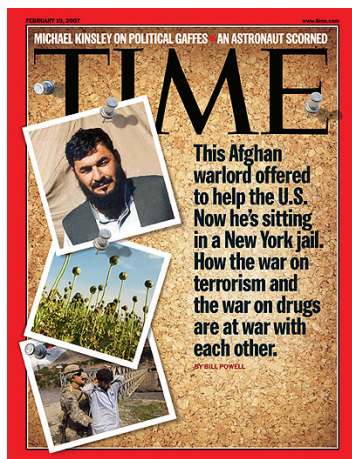
24/12/2001



18/03/2002



08/03/2004



19/12/2007



28/07/2008



20/04/2009



12/10/2009



14/12/2009



08/03/2010



26/04/2010



09/08/2010

ANEXO 11

- Artigos de Capa da Revista TIME | MODELO DE ANÁLISE DE CONTEÚDO

Título	
Informação sobre a 1.ª Página	
Contexto	
Fontes	
Lugares	
Actores	
A questão	